

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO DE COLOMBIA Y VENEZUELA



Trabajo de grado para obtener el título de magister en administración.

AUTORES:

Abogado: Caterine Lisbet Lizarazo
Barrera clizaraz1@cuc.edu.co

Abogado: Luis Santiago Alemán Escobar
laleman2@cuc.edu.co

TUTOR:

Dr. Reynier I, Ramírez M
[rramirez13@cuc.edu.co](mailto:r Ramirez13@cuc.edu.co)

TUTORA:

MSc. Belinha A, Herrera T
bherrera3@cuc.edu.co

Facultad de ciencias económicas
Maestría en administración
Barranquilla
2019

**RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO
DE COLOMBIA Y VENEZUELA**



AUTORES:

Abogado: Caterine Lisbet Lizarazo

Barrera clizaraz1@cuc.edu.co

Abogado: Luis Santiago Alemán Escobar

laleman2@cuc.edu.co

Facultad de ciencias económicas
Maestría en administración
Barranquilla
2019

Resumen

Se analiza la responsabilidad social de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela. De acuerdo al paradigma cuantitativo, de tipo descriptivo, diseño no experimental transversal. Utilizándose la técnica de la encuesta mediante un cuestionario de treinta y tres 33 ítems, aplicado a trecientos noventa y tres (393) colaboradores pertenecientes a las áreas funcionales y operativas de la población de estudio, la técnica de análisis: (1) exploratorio (Kolmogorov-Smirnoff), (2) varianza (ANOVA), prueba de múltiples rangos de Tukey, y t de Student, (3) descriptivos, media y desviación estándar (típica). Los resultados evidencian que los principios (2.50), dimensiones (2.37) e indicadores (2.37) de la responsabilidad social difieren estadísticamente entre sí ($F=14.9$; $\text{sig}=0.001$), por estar todos los valores entre 1,80-2,59, se califican como moderadamente pésimas. El estudio muestra la necesidad de promover prácticas responsabilidad social vinculadas a la gestión estratégica del talento humano, mejorando las relaciones internas y externas de las organizaciones, adaptándose al entorno, bajo un sistema de gestión estratégica socialmente responsable. Comprometiendo al personal con su organización, mediante el desarrollo de identidad de marca empresarial. Las organizaciones van más allá de administrar y mantener recursos económicos, tecnológicos y humanos, por tanto, deben desarrollar nuevas estrategias, mejorando la calidad de la estructura social interna y externa.

Palabras clave: responsabilidad social, principios de responsabilidad social, indicadores de gestión de la responsabilidad social, dimensiones de responsabilidad social

Abstract

The social responsibility of the Chambers of Commerce of Colombia and Venezuela is analyzed. According to the quantitative paradigm, descriptive, transversal non-experimental design. Using the technique of the survey using a questionnaire of thirty-three 33 items, applied to three hundred ninety-three (393) employees belonging to the functional and operational areas of the population study, the technique of analysis: (1) (exploratory) Kolmogorov - Smirnov), (2) variance (ANOVA), multiple ranks of Tukey and Student's t test, (3) descriptive, average and standard deviation (typical). The results show that the principles (2.50), dimensions (2.37) and indicators (2.37) social responsibility differ statistically ($F = 14.9$; $\text{sig} = 0.001$), because they are all values entre 1, 80-2, 59, qualify as moderately poor. The study shows the need to promote social responsibility practices related to the strategic management of human talent, improving internal and external relations of organizations, adapting to the environment, under a system of strategic management socially responsible. Engaging staff with your organization, through the development of corporate brand identity. Organizations go beyond managing and maintaining economic, technological and human resources, therefore, must develop new strategies, improving the quality of the internal and external social structure.

Keywords: social responsibility, principles of social responsibility, social responsibility, dimensions of social responsibility management indicators

Dedicatoria

Dios por habernos permitido llegar hasta este momento tan importante de nuestra formación académica y profesional.

A nuestros padres por ser pilar fundamental y demostrarnos su apoyo incondicional en este trayecto importante de nuestras vidas.

A Victoria nuestra hija por ser el motivo que cada día nos mueve a seguir adelante.

Agradecimiento

A Dios por permitirnos vivir esta experiencia, por guiarnos en cada paso de nuestra vida, direccionándonos por el bien y haciéndonos mejores en cada momento.

A nuestros padres agradecemos cada uno de los esfuerzos, que nos impulsaron a continuar avanzado y escalando cada momento de nuestras vidas, por ese ejemplo diario que emana cualquier barrera y dificultad, porque siempre nos divulgan que la humildad hace de un ser un humano una persona exitosa.

A la Universidad de la Costa, gracias por permitirnos hoy cursar el mayor logro de nuestra vida académico-profesional, en este gran paso, por aportarnos múltiples conocimientos que trasciende las fronteras de lo que como estudiantes estamos acostumbrados a ver en un aula de clases.

Agradecemos a nuestro tutor PhD. Reynier Israel Ramírez Molina, por sus sugerencias que contribuyeron al enriquecimiento de la investigación, quien con mucho profesionalismo hizo posible la terminación de esta investigación, apostando a nuestras capacidades y habilidades, es un excelente ser humano, integro, responsable, amable, por eso le decimos gracias por saber orientarnos y ser nuestro director de proyecto de grado.

Contenido

Lista de tablas y figuras.....	9
Introducción.....	11
Capítulo I. El problema.....	13
1.1 Planteamiento del problema.....	13
1.1.2 Formulación del problema.....	15
1.1.3 Sistematización del problema.....	15
1.2 Objetivos de la investigación.....	16
1.2.1 objetivo general.....	16
1.2.2 objetivos específicos.....	16
1.3. Justificación de la investigación.....	16
1.4. Delimitación de la investigación.....	17
Capítulo II. Marco teórico.....	18
2.1. Antecedentes de la investigación.....	18
2.2. Bases teóricas.....	24
2.3 Responsabilidad social desde la teoría y su vinculación con la gente.....	25
2.3.1 Principios de la responsabilidad social: desde la teoría.....	28
2.3.2 Indicadores de responsabilidad social y sus aportes a la gestión organizacional.....	34
2.3.2.1 Sistemas de gestión.....	36
2.3.3 Dimensiones de la responsabilidad social para la gestión en las organizaciones.....	42
2.4. Sistema de variables.....	49
2.4.1 Definición nominal.....	49

2.4.2 Definición conceptual.....	49
2.4.3 Definición operativa.....	49
2.4.4 Operacionalización de la variable.....	50
Capítulo III. Marco metodológico.....	52
3.1. Epistemología de la investigación.....	52
3.2. Tipo y nivel de investigación.....	54
3.3. Diseño de la investigación.....	54
3.4. Población de la investigación.....	55
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	59
3.6. Validez y confiabilidad.....	60
3.7. Plan de análisis de datos.....	62
3.8. Procedimiento de la investigación.....	63
Capítulo IV. Resultados.....	64
4.1. Análisis y presentación de los resultados.....	64
4.2. Discusión de los resultados.....	70
Conclusiones.....	78
Recomendaciones.....	80
Referencias.....	81

Lista de tablas y figuras

Tablas

Tabla 1. Sistematización para la vinculación de la responsabilidad social y la gestión estratégica de las organizaciones.....	27
Tabla 2. Principios de RS de acuerdo a la teoría de Hernández (2017) García (2016), Ibarra (2014).....	30
Tabla 3. Principios de RS de acuerdo a la teoría de García (2016), que homologan los postulados teóricos de Hernández (2017) e Ibarra (2014).....	30
Tabla 4. Indicadores de RS desde la teoría de Capriotti Y Schulze (2010), Vives y Peinado (2011) y Vives (2015) para la gestión organizacional.....	35
Tabla 5. Elementos de los indicadores de RS desde el sistema de gestión de la teoría de Vives y Peinado (2011) para las organizaciones.....	36
Tabla 6. Conceptualización de los indicadores de RS desde el sistema de gestión de la teoría de Vives y Peinado (2011).....	38
Tabla 7. Indicadores de las dimensiones de la RS desde la teoría de puente, Antequera y Velasco (2008), Libro verde de la comisión de las comunidades europeas (2011) y Guzmán 2016.....	44
Tabla 8. Conceptualización de los indicadores de las dimensiones de RS.....	45
Tabla 9. Operacionalización de la variable.....	50
Tabla 10. Población de las Cámaras de Comercio de Barranquilla y Maracaibo.....	56
Tabla 11. Baremo de categorización de la media aritmética estableciendo el comportamiento de la variable responsabilidad social.....	60

Tabla 12. Baremo para la interpretación de la confiabilidad.....	62
Tabla 13. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para determinar la normalidad de la variable “Responsabilidad Social”.....	65
Tabla 14.- Media y desviación típica para la responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela.....	68
Tabla 15 Media y desviación típica para la responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela.....	69

Figuras

Figura 1. Anova y resultado de la prueba de medias de Tukey para las medias de los principios de responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela.....	66
Figura 2. Anova y resultado de la prueba de medias de Tukey para las medias de los indicadores de responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela.....	67
Figura 3. Anova y resultado de la prueba de medias de Tukey para las medias de las dimensiones de la responsabilidad social.....	69

Introducción

El factor central del desempeño organizacional, se orienta por la capacidad de los directivos para articular sus estrategias con el modelo de gestión holística, buscando incorporar a sus sistemas administrativos – operativos las acciones de responsabilidad social, dejando a un lado iniciativas de inversión social sin razón estratégica, siendo el reto para las organizaciones, alinear a la estrategia corporativa toda acción social que impacte favorablemente su rentabilidad.

La responsabilidad social (RS) debe implementarse en las organizaciones como un compromiso estratégico, para empezar a notar los cambios empresariales, la RS representa el compromiso de actuación de las organizaciones respecto al entorno social y ambiental, convirtiendo su ejecución en una necesidad para la acción laboral, vinculada en la misión empresarial para el análisis de las líneas y perspectivas estratégicas, mediante la integración de los grupos de interés que permite identificar beneficios y riesgos.

Para Aguilera y Puerto (2012) la responsabilidad social se define como el compromiso que asumen las empresas hacia la sociedad en beneficio del desarrollo sostenible, es decir, el equilibrio entre crecimiento económico y bienestar social. Para quienes investigan, la RS es la iniciativa voluntaria que superan requerimientos legales, involucrando aspectos económicos, sociales y ambientales, aprovechando recursos organizacionales para lograr liberación de fondos para otros fines, mejorar la fiabilidad de los sistemas y seguridad empresarial, aumento del acceso a los servicios y mejora del entorno en las organizaciones.

Las cámaras de comercio considerada como unidad de análisis, son entidades sin ánimo de lucro creadas por el gobierno nacional con la finalidad de garantizar integralmente los derechos de los empresarios por medio de acciones dirigidas individual y

colectivamente, realizadas bajo la supervisión del estado promoviendo la participación responsable de todos los sectores de la comunidad.

Mundialmente las cámaras de comercio son instituciones que representan, defienden y promueven los intereses generales de los agentes económicos que las integran, mediante los principios de libertad de empresa y competencia como instrumentos de desarrollo socioeconómico, generando a través de procesos estratégicos servicios innovadores que permiten lograr competitividad en el mercado dentro de un sistema socialmente responsable.

Al respecto se analiza la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela. Estructurado en cuatro capítulos, entre estos el capítulo I, presentando el planteamiento del problema junto a la formulación y sistematización del mismo, los objetivos de la investigación tanto general como específicos, la justificación de la investigación para finalizar con la delimitación de la misma. Por otro lado, se hace mención al capítulo II, donde se presentan los antecedentes de la investigación, bases teóricas en la cual se desarrolla la variable responsabilidad social, con sus dimensiones e indicadores, para luego finalizar con el sistema de variables en donde se definen las mismas desde el punto de vista nominal, conceptual y operacional.

De igual manera se hace referencia al capítulo III, donde se representa el sustento metodológico, en el mismo se exponen el paradigma, tipo y diseño de la investigación, población a estudiar, técnicas e instrumentos para la recolección de datos, validez y confiabilidad. Al mismo tiempo se expone el capítulo IV, que corresponde al análisis de datos que llevan la vertiente estadística, las cuales se analizaron junto a las teorías que se expusieron en las bases teóricas, con el fin de facilitar los resultados, conclusiones y recomendaciones.

Capítulo I

El problema

1.1. Planteamiento del problema

El factor central del desempeño empresarial, se orienta por la capacidad de los directivos para articular sus estrategias con el modelo de gestión holística, buscando incorporar a sus sistemas administrativos – operativos, las acciones de responsabilidad social (RS), dejando a un lado iniciativas de inversión social sin razón estratégica, siendo el reto para las organizaciones, alinear a la estrategia corporativa toda acción social. Por lo tanto, la RS es la iniciativa voluntaria que superan requerimientos legales, involucrando aspectos económicos, sociales y ambientales, aprovechando los recursos organizacionales para lograr liberación de fondos para otros fines, mejorar la fiabilidad de los sistemas y seguridad empresarial, aumento del acceso a los servicios y mejora del entorno en las organizaciones.

Las cámaras de comercio consideradas como unidad de análisis, son organizaciones sin ánimo de lucro integradas por la asociación de comerciantes que defiende el interés común, con el objetivo de contribuir a la prosperidad de la región, mediante estrategias de negocios, activación de flujos de capital y conocimiento, incidiendo en los stakeholders mediante programas administrativos que se incorporan a lo largo de las operaciones empresariales.

Mundialmente las cámaras de comercio son instituciones que representan, defienden y promueven los intereses generales de los agentes económicos que las integran, mediante los principios de libertad de empresa y competencia como instrumentos de desarrollo socioeconómico, generando a través de procesos estratégicos y servicios innovadores que permiten lograr competitividad en el mercado dentro de un sistema socialmente responsable.

En este sentido, las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, promueven la cultura empresarial siendo protagonista del bienestar social, logrando impactar favorablemente en los beneficios económicos de las empresas, accionando políticas de valor compartido, innovación y crecimiento productivo que favorecen a los negocios y la comunidad, obteniendo los objetivos comunes (organizaciones-colaborador).

Las cámaras de comercio de Barranquilla en Colombia presentan una ausencia de modelos socialmente responsables, estas organizaciones han centrado sus objetivos en ofrecer a los empresarios herramientas en RS olvidando aplicarlas al interior de la organización; debido a la naturaleza de estas entidades, por ser una persona jurídica de derecho privado con funciones públicas y prestadoras de servicios, es importante observar los principios, indicadores de gestión y las dimensiones de la RS, pues se trata de organizaciones influyentes en el país.

La cámara de comercio de Venezuela en el Municipio Autónomo Maracaibo, fomenta el desarrollo del comercio, la industria y servicios; representa, defiende y apoya los intereses del empresario, ofreciendo los servicios que responden a las necesidades del entorno, estableciendo relaciones de intercambio y cooperación con entes públicos y privados o mixtos, hacia la consecución de la competitividad a nivel local, nacional e internacional, por lo cual se observa una posible ausencia del principio de RS llamado desarrollo sostenible.

En unas visitas efectuadas de manera informal en las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, se pudo observar la carencia de comités de sostenibilidad que fomenten políticas de buenas prácticas y comercio ético, originando el incumplimiento de la RS, de acuerdo a los derechos humanos que sustentan el postulado de comportamiento corporativo, con ejes de acción económica, social y ambiental, desmeritando los indicadores de sistemas de gestión.

Las situaciones expuestas se han originado, por la falta de compromiso, obligación y deber que poseen los colaboradores de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, para contribuir voluntariamente con los derechos humanos, estándares laborales, ambiente y corrupción. Todo esto ha traído como consecuencias, la desincorporación activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las organizaciones objeto de estudio.

De seguir con las situaciones antes descritas en las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, imposibilitará que la organización promueva sostenibilidad y sustentabilidad como soporte fundamental para el desarrollo de los servicios ofrecidos, generando una posible disminución en la construcción de una comunidad consciente, desincorporando las políticas institucionales con los principios de RS.

Al analizar la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, se traducirán las estrategias organizacionales en objetivos relacionados entre sí, medidos a través de indicadores, vinculados a los planes de acción que permiten alinear el comportamiento de los miembros de la organización con la estrategia, permitiendo el cumplimiento de las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la comunidad frente a la compañía.

1.1.2 Formulación del problema

De acuerdo a lo antes expuesto se formula el siguiente interrogante ¿Cómo será la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela?

1.1.3 Sistematización del problema

¿Cuáles son los principios de responsabilidad social utilizadas por las cámaras de

comercio de Colombia y Venezuela?

¿Cómo son los indicadores de gestión que inciden en la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela?

¿Cuáles serían las dimensiones de la responsabilidad social que utilizan de las cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Analizar la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela.

1.2.2 Objetivos específicos

Identificar los principios de responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela.

Describir los indicadores de gestión que inciden en la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela.

Determinar las dimensiones de la responsabilidad social que utilizan de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela.

1.3. Justificación de la investigación

Esta investigación pretende analizar la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela. Por tanto, los resultados permitirán planificar, gestionar y controlar a la organización, garantizando la competitividad con prácticas socialmente responsables, logrando maximizar la ciudadanía corporativa, perspectiva estratégica y desarrollo sostenible de las entidades camerales.

Desde el punto de vista teórico, la investigación brindará información actualizada y pertinente de diversos autores en relación a la variable de estudio responsabilidad social corporativa, así como los indicadores que deberán ser considerados en las organizaciones para los principios de ciudadanía corporativa, perspectivas estratégicas y desarrollo sostenible en las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, realizando procesos de gestión con los stakeholders.

Desde una perspectiva práctica analizar la responsabilidad social corporativa de las cámaras de comercio sujeto de estudio, reviste gran importancia, dado que la información obtenida orientará a estas empresas sobre las decisiones que deben tomar para lograr que las estrategias sean objetivos permanentes desarrollados con prácticas socialmente responsables.

En cuanto al punto de vista metodológico, con el fin de lograr los objetivos propuestos, se emplearán técnicas para la recolección de información y análisis de datos, a través de un instrumento de recolección de datos validados y confiables que podrá ser consultado a futuro por otros investigadores que deseen valorar y ampliar la variable de estudio. En cuanto al aporte social, los resultados de la investigación permiten profundizar en conocimiento para seguir una línea innovadora y establecer bases para futuros estudios que expliquen la incidencia del cuadro de mando integral en la responsabilidad social de las cámaras de comercio.

1.4. Delimitación de la investigación

El trabajo de investigación, se enmarca en la línea de investigación sostenibilidad organizacional, de la sub línea gestión de las organizaciones, dentro del eje temático responsabilidad social, de la Maestría de Administración de la Universidad de la Costa, desde el año 2016 al 2018, en las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, de acuerdo a los

basamentos teóricos de Capiotti y Schulze, (2010); Vives y Peinado (2011); Vives, (2015); Zorilla (2017) y Ramírez (2018).

Capítulo II

Marco teórico

La responsabilidad social debe implementarse en las organizaciones como una estrategia, para empezar a notar los cambios en la conducta empresarial, representando compromisos de actuación organizacional respecto al entorno social - ambiental, convirtiendo su ejecución en una necesidad para la acción laboral, vinculada en la misión empresarial para el análisis de las líneas y perspectivas estratégicas, integrando los grupos de interés que permiten identificar beneficios y riesgos.

Por tal motivo, la investigación desarrolla los principios, indicadores y dimensiones de la responsabilidad social, determinando antecedentes y conceptos, orientados por las tendencias de la RS de las cámaras de comercio para abordar los problemas sociales y ambientales que enfrentan estas organizaciones, creando valor y generando beneficios a los grupos de interés.

2.1. Antecedentes de la investigación

Constituyen el conjunto de hechos, ideas, datos, circunstancias que han antecedido la formulación del problema, aclarando, juzgando e interpretando el estado actual de lo que se pretende estudiar. Se facilitan investigaciones, que tratan la variable: responsabilidad social, valorando su pertinencia y aporte en la acción laboral. Boscán (2012), realizó una investigación doctoral titulada “Perspectiva racional de la responsabilidad social corporativa

en las organizaciones empresariales”, en la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, con el fin de explicar la perspectiva racional de la responsabilidad social corporativa en las organizaciones empresariales. Se sustenta en los autores: Axelrod (1984), (2007); Sánchez-Cuenca (2004); Mari-Klose (2000); Elster (1989), (1991); Taylor (1976), (1987); Olson (1965); Pelekais & Aguirre (2008); Fernández (2005); Lozano (2004); Boatright (2003); Frederick (1994); Sims (2003); Carroll (1979) y Sethi (1979); Sims (2003).

Su modalidad fue cualitativa positivista, el método hermenéutico dialectico. Tipo de investigación explicativa de diseño emergente, de campo. Los instrumentos y procedimientos son: observación participativa, modelización usando teoría de juegos y la entrevista semiestructurada. La saturación teórica alcanzó 5 entrevistas. En el análisis de la data para el modelo formal se usaron dos programas MATLAB y GamePlan y para la estructuración el desarrollo de una matriz para obtener una codificación abierta y axial. La validez y confiabilidad se obtuvo de la triangulación de datos.

El análisis e interpretación de los hallazgos exhiben elementos racionales presentes en las acciones de responsabilidad social, una función de utilidad cuadrática bajo certidumbre, esperada bajo incertidumbre con mayor beneficio en acciones empresariales dedicadas exclusivamente al negocio medular, un juego en forma extensiva con información completa y un equilibrio por retro inducción único donde las sociedades demandan la responsabilidad social, las empresas se resisten y ante la resistencia y la sociedad intenta interponer coercitivamente dichas acciones a través de leyes y normas.

Los lineamientos formales son tres: simular el comportamiento de la responsabilidad social, incluir las tendencias empresariales en la mega tendencia y educar en responsabilidad social para lograr alianzas y acuerdos. A pesar de lo expuesto, mientras haya menos empresas que

realicen responsabilidad social, se puede mejorar la situación de todos (incluso las que rehúsan a cooperar) si logran establecer acciones en favor de la sociedad.

Los aportes de esta investigación, deduce que la responsabilidad social debe ir más allá de las regulaciones y cumplimiento de leyes internas de todo país, así que deben ser catalogados como requisitos mínimos exigibles, como el cumplimiento de acuerdos y tratados internacionales sobre el control y respeto por los derechos humanos, laborales y protección del ambiente, donde se haga participe a todas las partes interesadas dentro de un marco de principios y valores.

Al mismo tiempo, la investigación de Godos (2012), denominada “La percepción de la responsabilidad social de la empresa por parte de la alta dirección”, en el Doctorado de Dirección y Economía de la Empresa de la Universidad de León, buscó el análisis del papel fundamental que juegan los altos directivos y sus percepciones como determinantes del comportamiento de la empresa y, en concreto, para la implementación y desarrollo de prácticas de responsabilidad social corporativa. En este sentido, en el capítulo 1 se desarrolla el marco teórico general donde se encuadra este trabajo y en el capítulo 2 se hace referencia a varios aspectos metodológicos, tales como el diseño del cuestionario o las escalas empleadas para medir los conceptos investigados.

En el capítulo 3, y dada la trascendencia de las percepciones como antecedentes de la conducta, se tratará de analizar cómo perciben la RS los altos directivos de empresas en España. Se partirá de que la RS constituye un elemento estratégico de gran importancia en la actualidad, y que los altos directivos juegan un papel preponderante en su formulación e implementación. Aquí, se realizará el estudio empírico sobre una muestra de 324 directores generales con el propósito de establecer un mapa perceptual de sus valoraciones acerca de la

RS.

El capítulo 4 parte del enfoque Agencia-Stewardship para tratar de estudiar la importancia de los altos directivos para la implantación de la RS. En concreto, en este caso se trabajará con una muestra de 149 directores generales, proponiendo que el perfil directivo se relaciona con las prácticas de RS implementadas en sus compañías, y que dicha relación estará mediada por la relevancia percibida de la RS en la actividad empresarial.

En el capítulo 5 se persigue profundizar en el papel que los accionistas y la alta dirección pueden jugar a la hora de incorporar acciones socialmente responsables a la empresa. Con este propósito, a partir de una muestra de 128 empresas se estudiará el efecto de la concentración de la propiedad sobre el desarrollo de prácticas de RS, así como la posible intervención moderadora en dicha relación por parte de la percepción de la alta dirección, finalmente, el Capítulo 6 refleja una serie de conclusiones generales que pueden derivarse del presente estudio.

La investigación realiza un aporte en la percepción de los directores generales, acerca de la relevancia de la RS en la empresa viene condicionada por una serie de factores personales y organizativos, dentro de la primera categoría se encuentran la edad del directivo y, principalmente, el perfil directivo, delimitado dentro del continuo entre agente y steward, así mismo, se pone de manifiesto que existen distintas características personales y organizativas que determinan el desarrollo e implementación de prácticas de RS por parte de las compañías.

Al mismo tiempo, se revisó la investigación de Fernandez (2015) titulada “Responsabilidad social corporativa estratégica de los recursos humanos basada en alto compromiso y resultados organizativos: un modelo integrador” en el Doctorado de

Organización de Empresas de la Universidad Complutense de Madrid. La investigación

desarrolló un modelo conceptual, que pone de manifiesto la intersección entre la responsabilidad social de las empresas y la dirección estratégica de los humanos. Hasta el momento, ambas disciplinas han avanzado de manera aislada. En este sentido, la dirección de recursos humanos puede integrar la RS en las prácticas organizativas, y proporcionar las herramientas necesarias para cambiar comportamientos organizativos.

Por tanto, este estudio examinó la combinación de estas líneas de investigación, proporcionando ventajas competitivas para las empresas. En concreto, se analiza la responsabilidad social corporativa estratégica de los recursos humanos, partiendo de una gestión de alto compromiso a través de sus diferentes dimensiones, y como pueden incidir sobre los resultados organizativos. El estudio responde a sugerencias de futuras investigaciones sobre como los sistemas de recursos humanos trabajan juntos, para influir en los resultados organizativos, relacionando las prácticas de alto compromiso como “mejores prácticas” y el ámbito social. Se lleva a cabo un análisis empírico mediante regresión múltiple, para una muestra de 60 casos correspondientes a grandes empresas en España.

El aporte de esta investigación consistió en sentar las bases teóricas de la relación existente de responsabilidad social y dirección estratégica de las organizaciones, profundizados y contextualizados este vínculo con la realidad problemática de las organizaciones, mediante el análisis de la responsabilidad social y la gestión estratégica del talento humano, teniendo como pilar los colaboradores de la empresa y su incidencia en los resultados significativos de gestión.

Otra investigación, es la de Barrio (2016), quien efectuó una investigación titulada “La gestión de la responsabilidad social corporativa. El caso Unilever España”, del doctorado en ciencias de la comunicación, de la Universidad Autónoma de Barcelona. Buscó explorar y

estudiar el fenómeno el deterioro de la RS en los aspectos sociales, ambiental y humano. Ante un nuevo panorama empresarial en la que se pasó de hablar de los accionistas a todo el conjunto de grupos de interés de las organizaciones, y la hegemonía de bienes ha dado paso al auge de los valores intangibles, en los que se encuentra la responsabilidad social, también se lleva consigo la pérdida de confianza de la comunidad, ante recientes escándalos empresariales cuestionando la actuación de las organizaciones.

El objetivo general fue analizar la gestión de la RS desde la perspectiva de la comunidad corporativa. Para ellos se plantearon los objetivos específicos para analizar la literatura que aborda la responsabilidad social de las organizaciones con el fin de plantear teorías predominantes del estado de la cuestión, para proponer un modelo de gestión de la responsabilidad social que pueda servir de referencia teórica y de aplicación real en el ámbito profesional.

Al considerar la investigación antes tratada, enriquece las dimensiones: principios, indicadores de gestión y dimensiones de la responsabilidad social, facilitando teorías sobre los sistemas de gestión estratégicas que permiten a las organizaciones establecer políticas claras y confiables con los grupos de interés, cumpliendo con los estándares de derechos humanos, materia laboral, cumplimiento legal y anticorrupción.

La investigación doctoral realizada por Livadaru (2016). titulada “Responsabilidad social corporativa (RSC): Factores determinantes de su adopción en su componente medioambiental” en la Universidad de Alcalá plantea acerca de la RSC los retos sociales, ambientales y representa una prioridad en la agenda de las instituciones europeas, tal como lo indica la Nueva Estrategia de la Comisión Europea para la RSC 2011-2014, que define la RSC como la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad.

Las empresas pueden contribuir al desarrollo sostenible a través de la RSC. Aunque la nueva estrategia para la RSC de la UE 2011-2014 apunta beneficios para la empresa y la sociedad en su conjunto, nunca las empresas responden de la misma forma, algunas son más reticentes y otras aprovechan la oportunidad para desarrollar bienes y servicios innovadores; esta investigación se propuso averiguar por qué las empresas responden de forma diferente en el mismo sector.

El marco teórico adoptado comprende la teoría de recursos y capacidades, la teoría institucional y la teoría de los stakeholders. Se utiliza un cuestionario realizado en 2003 sobre la gestión medioambiental dirigido a empresas del sector manufacturero de siete países de la OCDE. Estas relaciones se desarrollan en el conjunto de datos usado mediante un modelo de ecuaciones estructurales con variables latentes.

Los resultados de la investigación aportaron la correlación entre las dimensiones de planificación e implementación de la RS, generados por el comportamiento ambiental de la empresa, produciendo mayor rentabilidad en las organizaciones, frente a otras compañías que buscan competitividad, valor agregado y contribución a la sostenibilidad empresarial, beneficiando a los stakeholder, mejorando las relaciones colaborador – empresa – cliente.

2.2. Bases teóricas

Las prácticas de responsabilidad social se consideran orientadas al impacto externo e internos de las organizaciones integrando políticas institucionales, llegando a hacer parte del actuar y pensar de cada uno de los miembros que esta comprende en relación al gobierno y ética, temática de la transparencia, la persona incluye seguridad y salud para los trabajadores, con el planeta evalúa el impacto y adopta ecoeficiencia como propósito y con la prosperidad

mide las ganancias, desarrollo empresarial y mejoramiento de la comunidad.

Por tal motivo, se exponen teorías inherentes a las dimensiones e indicadores de la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, fundamentadas por diversos autores. Dada la rigurosidad metodológica establecida para los procesos investigativos, se sustentan en legados teóricos direccionados por los objetivos propuestos en la misma.

2.3 Responsabilidad Social desde la teoría y su vinculación con la gente

El origen etimológico del término responsabilidad deriva del verbo latino respondeo, que significa responder, y a su vez, el sufijo abilis indica la condición de ser capaz. Tener la capacidad adecuada a las obligaciones y expectativas de la vida, es así que las organizaciones sienten la necesidad de maximizar los efectos positivos sobre la sociedad y minimizar sus efectos negativos, para la obtención de beneficios a largo plazo tendientes a lograr la gestión estratégica del talento humano

Díaz y Bolívar (2014) indican que las fundamentaciones proporcionadas por las diferentes definiciones sobre RS muestran la necesidad de una gestión basada en elementos estratégicos de calidad ambiental, seguridad y salud ocupacional, el cual debe contribuir a mejorar el desempeño en los procesos del talento humano, fomentando la confianza de los colaboradores y comunidad hacia la organización, incidiendo estos en la gestión del talento humano.

De acuerdo con Antelo y Robaina (2015), la responsabilidad social es el compromiso continuo al desarrollo económico sostenible, mediante el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, familias, comunidad local y sociedad; procura por la realización de actividades encaminadas a vincular todos los stakeholder, beneficiando los más vulnerables.

Lotero Echeverri (2015) manifiesta que la responsabilidad social es la suma de responsabilidades de gestión que atañen a las leyes, ambiente, resultados empresariales, ética y transparencia en relación con los grupos implicados en el quehacer empresarial. Zorilla (2017), define la responsabilidad social como la forma de conducir los negocios empresariales caracterizados por tener en cuenta los impactos de las actividades sobre sus clientes, colaboradores, accionistas, comunidades locales, ambiente y sociedad en general.

Para Franco, Espinoza y Pérez (2017) las prácticas de RS se caracterizan por comprometer al personal con su organización, mediante el desarrollo de identidad de marca empresarial para la cual trabajan, pero no solo por la calidad del producto disponible para la venta, sino por las acciones corporativas en sus prácticas, relación con la sociedad, ambiente y su entorno en general, enmarcados todos en la comunicación organizacional.

Se deben aprovechar las brechas institucionales que buscan el desarrollo basado en la efectividad de la gestión, tomando como norte la comunicación en las organizaciones, siendo este un factor clave para la socialización de las funciones de cada colaborador con su líder, concediendo el fortalecimiento del emprendimiento integral del personal y su medio, manteniendo relaciones afables y de carácter disciplinar coherentes a las políticas corporativas y con miras a alcanzar los estándares de calidad (Ramírez y Hugueth, 2017).

Ante tal aporte, la responsabilidad social, vincula los valores expresados por la organización y plasma holísticamente sus principios corporativos estratégicos, mediante sus políticas, prácticas y programas empresariales para institucionalizarla en su gente, por tal motivo debe comunicarse al público, minimizando el riesgo de suspenderlas ante cualquier eventualidad, coyuntura, crisis presupuestal o cambio en la dirección de la organización, (ver tabla 1).

Tabla 1

Sistematización para la vinculación de la responsabilidad social y la gestión estratégica de las organizaciones

Autores	Año	Vinculación
Díaz y Bolívar.	(2014).	Integración de la gestión estratégica de calidad ambiental, seguridad y salud ocupacional. Mejoramiento para el desempeño de los procesos administrativos y operativos, fomentando la confianza de los empleados - comunidad - organización.
Antelo y Robaina.	(2015).	Desarrollo económico sostenible. Calidad de vida de los empleados, familias, comunidad local y sociedad. Realización de actividades para vincular los stakeholder.
Lotero Echeverri.	(2015).	Suma de responsabilidades de gestión estratégica del talento humano. Administrar las leyes, el ambiente, resultados empresariales, ética y transparencia.
Zorilla.	(2017).	Acompañar y conocer el negocio. Impacto favorable en las actividades de los clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, ambiente y la sociedad en general.
Franco, Espinoza y Pérez.	(2017).	Compromiso del personal con la organización. Desarrollo del sentido de pertenencia con el personal. Identidad con la marca.

Relación con la sociedad,
ambiente y su entorno en
general.

Fuente: elaboración propia (2018).

En este sentido, la RS puede enmarcarse dentro de las prácticas empresariales vinculadas a la gestión estratégica del talento humano, mejorando las relaciones internas y externas de las organizaciones, adaptándose al entorno, bajo un sistema de gestión estratégica socialmente responsable para el accionar de las compañías desde su misión, visión y valores con el objetivo de hacerlos prácticos. Para Cabarcas (2017), las prácticas de gestión estratégica, han sido empleadas por las grandes empresas con resultados eficientes y satisfactorios como reacción a las actuales exigencias del entorno tecnológico, económico y sociocultural.

La práctica de políticas de RS en las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela podrían contribuir a la eficiencia en las organizaciones, fortaleciendo la actividad empresarial, lealtad colaborador - empresario, generando compromisos del personal y comunidad, mediante labores enfocadas al mejoramiento continuo de los procesos operativo-administrativo, relaciones internas y externas con las redes empresariales, stakeholders y clúster.

2.3.1 Principios de la responsabilidad social: desde la teoría

Las organizaciones adaptan los productos y servicios que ofrecen para satisfacer las necesidades de los clientes, obteniendo el máximo beneficio; sin embargo, las nuevas tendencias empresariales buscan la implantación de responsabilidad social en sus indicadores de gestión, considerando que las instituciones deben devolver a la sociedad

parte de los beneficios que obtienen con sus actividades. Capriotti y Schulze (2010) indican que la RS tiene dos posiciones identificadas:

Existe una corriente de pensamiento que sostiene que la única responsabilidad de una empresa es con sus accionistas. Sin embargo, hay otra corriente “cada vez más mayoritaria” que afirma que la responsabilidad de las compañías debe ir más allá de su rol puramente económico, para asumir un rol social, (p. 18).

Ibarra (2014) manifiesta que los principios de RS aceptados por la comunidad internacional son los derechos contenidos en la declaración universal de derechos humanos y pactos de derecho económico, sociales, culturales, derechos civiles y políticos, la manifestación de principios de la organización internacional del trabajo, la declaración de río sobre medio ambiente y desarrollo, y la convención de la organización de naciones unidas contra la corrupción.

García (2016) indica que la RS es el compromiso de cumplir integralmente con la finalidad de la organización, considerando los principios de derecho humano, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción. Para Hernández (2017) las organizaciones socialmente responsables deben responder por los impactos ambientales y sociales de sus actividades, generando ventaja competitiva, al incrementar y potenciar imagen adecuada de las compañías de cara los clientes.

Los teóricos antes mencionados indican que la RS establece dimensiones económicas con sus accionistas, legales en relación con las normativas vigentes, para asumir un conjunto de compromisos sociales y ambientales. Para Ramírez (2018) la responsabilidad social queda establecida como obligaciones económicas, sociales y ambientales, denominándose como el triple bottom line. La definición de los principios de la RS es una dimensión amplia y discutida desde diversos puntos de vista en la literatura.

Tabla 2

Principios de RS de acuerdo a la teoría de Hernández (2017) García (2016), Ibarra (2014)

Autores	Año	Principios de RS
Hernández Morales.	2017.	Cumplimiento de legislaciones. Carácter global. Compromisos éticos. Actividad empresarial. Satisfacción e información.
García Manilla.	2016.	Derechos humanos. Estándares laborales. Medio ambiente. Anticorrupción.
Ibarra Padilla.	2014.	Derechos humanos. Materia laboral. Ambiente. Anticorrupción.

Fuente: elaboración propia (2018).

De acuerdo a los autores mencionados los principios de RS apuntan hacia empresas socialmente responsables y que impactan favorablemente la gestión estratégica de las organizaciones, exigiendo que las compañías reconozcan responsabilidades en los indicadores de derechos humanos, estándares laborales, ambiente y anticorrupción, implicando el cumplimiento de legislaciones de carácter global, compromisos éticos, actividades empresariales, generando satisfacción e información, (ver tabla 3).

Tabla 3

Principios de RS de acuerdo a la teoría de García (2016), que homologan los postulados teóricos de Hernández (2017) e Ibarra (2014)

Autores	Año	Principios de RS	Hernández Morales (2017)	Ibarra Padilla (2014)
		Derechos humanos.	Cumplimiento de Legislaciones. Carácter Global. Satisfacción e información.	Derechos humanos.
García Manilla.		Estándares	Cumplimiento de	Materia laboral.

(2016).	laborales.	Legislaciones. Carácter Global.	
	Medio ambiente.	Actividad empresarial. Carácter Global.	Ambiente.
	Anticorrupción.	Compromisos éticos-	Anticorrupción.
<hr/>			
<hr/>			
Carácter Global.			

Fuente: elaboración propia (2018).

Los principios de responsabilidad social benefician a los grupos de interés para reducir el impacto ambiental y social, ayudando a la mejora de las organizaciones en sus aportes administrativos y operativos, estimulando prácticas que incentivan en aspectos como la diversidad e igualdad de oportunidades, promoviendo el compromiso e identificación empresarial, generando estándares de trabajo digno y alta calidad.

Para Arias (2015) los derechos humanos son universales, existentes en individuos por el hecho de ser personas, es decir, inherentes al ser humano y no se pueden renunciar a ellos. Vargas (2015) indica que el eje rector de las reivindicaciones sociales y reconocimiento efectivo de la dignidad de las personas corresponde a los derechos humanos. Según Guerrero y Hinestroza (2017), son libertades y facultades de las personas por el sólo hecho de pertenecer a la raza humana, implican bases morales y éticas que la comunidad considera necesaria respetar para proteger la dignidad de las personas.

De acuerdo a los aportes de los principios de la responsabilidad social en las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, se seleccionan los postulados de García (2016), ya que manifiesta que los derechos humanos deben hacer parte fundamental del núcleo de valores de las organizaciones, tanto en las empresas como en su relación con entidades aliadas, por lo tanto, las compañías deben comprometerse con la promoción, respeto y garantía de estos derechos, como el cumplimiento de legislaciones, carácter global, satisfacción e información,

con una institucionalidad fortalecida y amplios espacios que permitan la interlocución con los stakeholder.

Según Ibarra (2014), los estándares laborales son principios de libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, eliminando el trabajo infantil y forzoso, fortaleciendo el empleo formal y economía nacional. Balbin (2015), manifiesta que los estándares laborales se encargan de estudiar el fenómeno social del trabajo subordinado, en el marco de un sistema económico relacionando a los colaboradores, empresarios y grupos sindicales.

Garcia (2016), indica que en materia laboral la libre asociación exige respeto entre los colaboradores de las organizaciones, evitando vulneraciones a los derechos humanos y minimizando prácticas de discriminación laboral. Para Hernández (2017), los estándares en el trabajo deben frenar el deterioro en la calidad del personal y promover condiciones decentes que permitirán la competitividad, organizaciones en red y cadenas productivas dispersas a nivel mundial.

Los estándares laborales implican debatir condiciones de trabajo y abordaje de necesidades de los colaboradores, incluyendo reestructuraciones, formación, seguridad y sanidad, facilitando información necesaria para la gestión estratégica del talento humano; apoyándose en el establecimiento y funcionamiento de los sindicatos preservando la seguridad de sus líderes.

Por su parte, Ibarra (2014) manifiesta que el ambiente es el entorno centrado en la biodiversidad de especies, incluyendo elementos naturales y artificiales relacionados entre sí, modificados por el comportamiento de los seres humanos. Para García (2016), el ambiente es el área condicionada para la vida incluyendo elementos naturales y sociales; su conservación conlleva a la vida prolongada y sostenibilidad generacional.

Hernández (2017) en relación con el ambiente, manifiesta que adopta medidas tendientes a evitar su deterioro, considerando los riesgos que deberán afrontar las generaciones presentes y futuras al exponerse ante el peligro del ecosistema, por tanto, las organizaciones están obligadas a incorporar un modelo de gestión ambiental estratégico, que permitan tener un uso equilibrado de los recursos para evitar impactos ambientales desfavorables.

Al hacer mención al concepto de anticorrupción, Ibarra (2014) manifiesta que las organizaciones tienen como objetivo la lucha contra la corrupción económica, política y administrativa, evitando beneficios indebidos a través del uso desviado de atribuciones confiadas. García (2016) y Ramírez, Villalobos, y Herrera (2018), indican que los socios y colaboradores de las organizaciones deben acatar normas y medidas implementadas por la organización, evitando situaciones de sobornos gubernamentales o comerciales.

Según Hernández (2017) la corrupción es el abuso con fines de lucro privado de las facultades que han sido confiadas a los grupos de interés, generando riesgos en la reputación financiera - jurídica. Las empresas establecen políticas para evitar la corrupción, mediante la inclusión de códigos de buenas prácticas corporativa como parte idónea en la gestión estratégica del talento humano, sostenibilidad y reputación comercial, generando confianza en los grupos de interés. En el Pacto Global propuesto por Kofi Annan en el foro económico mundial de 1999, se estipuló que las organizaciones deben incluir en sus estrategias y operaciones la lucha contra el soborno, extorsión, abuso de pagos y pagos de facilitación.

En las cámaras de comercio sujeto de estudio los principios de responsabilidad social, promueven oportunidades, innovación y ventaja competitiva, satisfaciendo necesidades y expectativas de los stakeholder, creando valor agregado al desempeño empresarial.

Comprometiendo en estas su filosofía de gestión, pasando de ser una institución proveedora de

recursos económicos a convertirse en una entidad socialmente responsable.

Al mismo tiempo, permite generar beneficios sostenibles y sustentables para la institución y su segmento de interés, siendo estos los socios estratégicos de las cámaras de comercio, mejorando significativamente la imagen de la organización ante los demás, fomento de la confianza pública, manteniendo un clima empresarial homogéneo, adaptado a las necesidades del mercado; apoyándose con las redes empresariales, stakeholders y clúster, para garantizar un rol económico social.

2.3.2 Indicadores de responsabilidad social y sus aportes a la gestión organizacional

Actualmente las organizaciones encargadas de mantener una adecuada gestión de la responsabilidad social, se han visto en la necesidad de crear indicadores que posibiliten valorar dicha variable, por tal motivo las empresas ejercen sistémicamente, los procesos de gestión organizacional desarrollando instrumentos para la asistencia y supervisión de las prácticas socialmente responsables.

Capriotti y Schulze (2010), manifiestan que los indicadores de gestión de la responsabilidad social facilitan la información sobre los impactos económicos, ambientales y sociales causados por la organización, incorporando la gestión interna y externa de la empresa en relación con los grupos de interés, contribuyendo a los principios de los derechos humanos, estándares laborales, desarrollo sostenible y anticorrupción.

Vives y Peinado (2011), indican que gestionar la RS en las organizaciones deriva en la implementación de indicadores que faciliten la medición y toma de decisiones, traducéndose en políticas, planificación, implementación-operación, revisión de la gerencia y mejoramiento continuo. De acuerdo a Vives (2015), los indicadores de gestión de la responsabilidad social brindan información de las consecuencias de actividades empresariales en las perspectivas

financieras, manufacturero, social-relacional, humano, intelectual y natural, denominado colectivo del capital humano, ofreciendo oportunidades de reflexión sobre el impacto de las organizaciones frente a los grupos de intereses.

Los indicadores de RS integran sistemas de gestión (SG) organizacional en la estructura y procesos partiendo de las políticas socialmente responsables, derivando en objetivos empresariales y diseño de indicadores que permiten planificar, monitorear y tomar decisiones en relación a las políticas, planificación, implementación-operación, revisión de la gerencia y mejoramiento continuo.

Tabla 4

Indicadores de RS desde la teoría de Capriotti Y Schulze (2010), Vives y Peinado (2011) y Vives (2015) para la gestión organizacional

Autores	Año	Indicadores de RS
Capriotti y Schulze	2010.	Información sobre los impactos económicos, sociales y ambientales.
		Incorporación de la gestión interna y externa.
		Aportes a los principios de RS.
Vives y Peinado	2011.	Sistemas de gestión (SG) (política, planificación, implementación y operación, revisión de la gerencia y mejoramiento continuo).
Vives	2015.	Información. Reflexión. Decisión.

Fuente: elaboración propia (2018).

De acuerdo a los teóricos mencionados, para valorar la RS se utilizan indicadores diseñados con el objetivo de parametrizar las variables de responsabilidad social, comprobando el cumplimiento de las estrategias organizacionales, generando un valor agregado en la toma de decisiones y la comunicación de los resultados, propiciando confiabilidad en los stakeholders. Para quienes investigan, los indicadores de gestión de la responsabilidad social integran herramientas de aprendizaje y evaluación del sistema de gestión (SG) empresarial, incorporando

prácticas de RS, a la política, planificación, implementación y operación, revisión de la gerencia y mejoramiento continuo, (ver cuadro 1).

Tabla 5

Elementos de los indicadores de RS desde el sistema de gestión de la teoría de Vives y Peinado (2011) para las organizaciones

Indicadores de RS	Elementos de los indicadores de RS
Política.	Alineación de objetivos empresariales.
Planificación.	Estrategia empresarial
Implementación y operación.	Garantizar el establecimiento, mantenimiento y mejoramiento de los procesos.
Revisión de la gerencia.	Verificación y alineación de los planes estratégicos con el sistema de gestión.
Mejoramiento continuo.	Planear, hacer, verificar y actuar.

Fuente: elaboración propia (2018).

El sistema de gestión de RS permite información a los grupos de interés sobre los impactos económicos, ambientales y sociales causados por las organizaciones, contribuyendo a políticas socialmente responsables mediante el diseño de indicadores de gestión que permiten planificar, hacer, monitorear y actuar, teniendo como finalidad la integración de esta, con los indicadores de los sistemas de gestión de las empresas.

Las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela son organizaciones que brindan servicios a los empresarios, por lo tanto, los indicadores de gestión de RS que inciden en estas organizaciones son “implementación y operación”, “planificación”, “política”, “revisión de la gerencia” y “mejoramiento continuo”, brindando advertencias de las consecuencias de actividades empresariales.

2.3.2.1 Sistemas de gestión

Las organizaciones implementan sistemas de gestión en la RS mediante la medición e

información del comportamiento socialmente responsable, orientando su funcionamiento a la satisfacción frente a los grupos de interés, apoyándose en la cultura organizacional frente a los objetivos, normas y políticas empresariales, logrando empatía entre la organización - colaboradores.

Para Vives y Peinado (2011), define el sistema de gestión, como la triple línea básica, obteniendo logros económicos, sociales y ambientales mediante sistemas integrales de gestión (SIG), requiriendo la inclusión de mecanismos innovadores y mejora continua de las relaciones con los grupos de interés, donde las organizaciones fundamentan tres procesos: inspiración o institucionalización de una visión de prácticas responsables, integración de la responsabilidad en las estrategias corporativas, formación de los recursos humanos y sistemas de gestión, y aprendizaje a partir de estas experiencias.

De acuerdo a Vives (2015), las organizaciones para lograr competitividad en el mercado, deben contar con los recursos y experiencias necesarias en la medición y reportes de sostenibilidad, contribuyendo al desarrollo de las organizaciones con las partes interesadas, mejorando las políticas y procesos estratégicos, generando eficiencia en el modelo de negocio y mejora en la toma de decisiones. Para Pérez, Espinoza y Peralta (2016), y Parra Margel, Durán Sonia, García Jesús y Reynier Ramírez (2017) los sistemas de gestión integran la responsabilidad social con la estratégica corporativa, analizando las condiciones del entorno, evaluando las fortalezas y debilidades de los grupos de interés y elaborando una estrategia que faciliten la toma de decisiones, logrando ventajas competitivas.

Las organizaciones en sus operaciones comerciales - administrativas consideran la responsabilidad social dentro de sus sistemas de gestión, como un aspecto exigido por la ley y conciencia transparente del impacto que causa cada industria al ambiente, recursos y

comunidad, tomando conciencia en los diferentes niveles organizacionales (Ramírez, Rincón y Prieto, 2017; Contreras, Rincón, Ramírez, D'Janon y Álvarez, 2017; Ramírez, Chacón y El Kadi, 2018; Rincón y Ramírez, 2018). Es por esto, que los sistemas de gestión en RS, para los investigadores, es una estrategia que ayuda a las organizaciones a prevenir impactos negativos, contribuyendo a mejorar la productividad y resultados económicos de la organización, logrando incrementar el valor del negocio.

Vives y Peinado (2015) manifiestan que el sistema de gestión en RS destaca los indicadores de política, planificación, implementación-operación, revisión de la gerencia y mejoramiento continuo, basados en el ciclo de planear, hacer, verificar y actuar (PHVA), permitiendo el diseño y aplicación del SG sustentándose en el reconocimiento de demandas de los grupos de interés y la búsqueda de resultados.

Tabla 6

Conceptualización de los indicadores de RS desde el sistema de gestión de la teoría de Vives y Peinado (2011)

Indicadores de RS	Conceptualización
Política.	Establece un marco de referencia que permite a las organizaciones desarrollar y potenciar un comportamiento socialmente responsable, con independencia de la forma en que se desarrolla el negocio, adoptando las acciones necesarias para su cumplimiento.
Planificación.	Elaboración y desarrollo de los planes operativos de las organizaciones, con la finalidad de lograr los objetivos propuestos.
Implementación y operación.	Garantiza el establecimiento, mantenimiento y mejoramiento de los procesos repetitivos de la empresa, asegurándose de la disponibilidad de recursos esenciales para implementar los sistemas de gestión que benefician a los stakeholders.
Revisión de la gerencia.	Herramienta que mejora el sistema de gestión implantado y garantiza su eficacia, por medio de la evaluación y análisis de los cambios en el sistema.
Mejoramiento	Acciones diarias que permiten que los procesos operativos de las

continuo. organizaciones sean competitivos.

Fuente: elaboración propia (2018).

En este sentido, la política en las organizaciones para el logro de sus estrategias, incorporan modelos de control y gestión, así como teorías independientes, permitiendo conocer evoluciones de la globalización, para cumplir con los objetivos organizacionales.

Para Vives y Peinado (2011) el enfoque de políticas de gestión identifica los procesos que otorgan valor agregado al cliente y facilita la misión holísticamente, permitiendo que la organización tenga una estructura flexible, adaptándose a un entorno dinámico y cambiante, pudiendo generar valor agregado a todos los integrantes de la empresa, encaminándose con una orientación hacia el logro de sus objetivos.

Luna (2013) manifiesta que las políticas de los sistemas de gestión empresarial, desarrollan acciones necesarias para la integración de aspectos ambientales, sociales y económicos respondiendo a necesidades del entorno, identificando a los grupos de interés para crear estrategias de satisfacción mediante la planificación, implementación y mejoramiento continuo, permitiendo competitividad en las organizaciones.

La implementación integral de estos objetivos, reduce las duplicaciones de políticas y procedimientos, alineación de las metas de distintos sistemas en una sola línea, reducción de trámites documentales, realización de auditorías integradas y reducción de costos, redundando en un impacto socialmente responsable. Lo anterior, permite generar valor agregado, traduciendo la estrategia en una ventaja competitiva, es decir, que su producto o servicio sean competitivos para mejorar la satisfacción del cliente.

La planificación, direcciona estrategias empresariales integrando los procesos operativos para lograr los objetivos propuestos por las organizaciones, mediante la gestión del recurso

humano, innovación tecnológica, seguridad y salud en el trabajo y gestión ambiental, obteniendo ventajas competitivas y desarrollando actividades que permitan la formulación estratégica, logrando las metas trazadas por las empresas.

Al mismo tiempo, Vives y Peinado (2011), manifiestan que la planificación es el inicio del direccionamiento estratégico de la RS, determinando los compromisos y retos que asume la organización en cumplimiento a las normas internas y externas, expectativas y necesidades del bien o servicio, realizando la formulación estratégica como un proceso continuo y sistemático, basado en los resultados de gestión institucional y cultura organizacional, permitiendo la incorporación de los principios de RS. De igual manera, Vives (2015) define la planificación como un indicador de sistemas de gestión de la RS correspondiente a la elaboración y desarrollo de los planes operativos de las empresas, logrando los objetivos planteados, a través del análisis del entorno, estableciendo planes estratégicos que permiten la ejecución de acciones de mejoras de las organizaciones.

Al considerar los aportes anteriores, se puede decir que la planificación es la elaboración de planes operativos-estratégicos, decisiones y acciones, permitiendo crear y mantener ventajas competitivas sobre los impactos sociales, ambientales y económicos de las organizaciones, fomentando la vinculación de los grupos de interés para identificar oportunidades de mejoras, logrando los objetivos socialmente responsables.

La implementación y operación, garantiza el establecimiento, mantenimiento y mejoramiento de los procesos operativos, asegurándose de la disponibilidad de recursos esenciales para aplicar los sistemas de gestión que benefician a los stakeholders, incluyendo los recursos humanos, financieros, tecnológicos e infraestructura de las organizaciones. Vives y Peinado (2011) indican que los sistemas de gestión de la RS tienen como finalidad ejecutar

las estrategias organizacionales mediante la planificación, organización y control estratégico.

Para Vives (2015) la implementación y operación es la herramienta que gestiona actividades necesarias para crear un producto o prestar servicios competitivos a los consumidores mediante la cadena de suministros, integrando procesos operativos corporativos con los grupos de interés, alcanzando objetivos propuestos por estas. De acuerdo a los aportes de los teóricos mencionados, se considera que la implementación y operación como indicador de los sistemas de gestión de la RS, establecen el mejoramiento de los procesos de la organización, integrando a los stakeholders, con la misión de ejecutar los objetivos propuestos por las empresas.

Por otra parte, la revisión de la gerencia es una herramienta que mejora la gestión, garantizando su eficacia por medio de la evaluación y análisis de los cambios que afecten el desempeño de los procesos operativos, permitiendo la toma de decisiones responsables de la organización. Vives y Peinado (2011) manifiestan que la revisión por la dirección es una técnica para el mejoramiento del SG implementado, por medio de evaluaciones y análisis de cambios en el sistema operativo organizacional.

Para Luna (2013) la revisión de la gerencia es una herramienta que integra la adecuación, alineación, eficiencia y direccionamiento estratégico de las empresas con los grupos de interés, incluyendo el desempeño de los procesos, resultados obtenidos y satisfacción del cliente, permitiendo acciones de mejora y cambios en el SG, alcanzando las metas propuestas por la organización.

La revisión de la gerencia para quienes investigan, alinea los planes estratégicos con el sistema de gestión implementado, demostrando la implicación de la dirección en el sistema, mejora continua y logro de los resultados esperados, teniendo en cuenta los factores de planificación, análisis de las políticas de calidad, auditorías internas, desempeño de los

procesos y estados de las acciones correctivas, aportando beneficios reflejados en nuevas ideas para el establecimiento de acciones de mejora e integración del SG.

El mejoramiento continuo, para Vives y Peinando (2011) son acciones diarias que permiten que los procesos operativos de las organizaciones sean competitivos, involucrando el ciclo de planear, hacer, verificar y actuar (PHVA). Según Vives (2015), planear, es la forma como la organización define sus metas y mecanismos para alcanzarlas, hacer es la manera como la organización genera acciones para ejecutar las tareas planeadas, verificar son mecanismos que establece la organización para conocer los resultados y evaluar los objetivos, y actuar es el desarrollo de acciones frente a los resultados de la verificación en contraste con la planeación, alcanzando los resultados en términos de eficiencia, garantizando la satisfacción de los clientes.

Para los investigadores, el mejoramiento continuo comprende acciones dirigidas a obtener la calidad de los productos y servicios organizacionales, permitiendo eficiencia en los procesos administrativos-operativos. En este sentido, la gestión de mejora continua requiere liderazgo de la gerencia, formación, motivación, sistema de gestión documentado y asesoramiento externos, aumentando la capacidad para cumplir la necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria, realizando análisis y evaluación de la situación, estableciendo objetivos para la mejora, implementando posibles soluciones, realizar medición, verificación, análisis y evaluación de los resultados para formalizar los cambios.

2.3.3 Dimensiones de la responsabilidad social para la gestión en las organizaciones

Las organizaciones tienen como misión cumplir con la responsabilidad social mediante el compromiso voluntario de los colaboradores, contribuyendo a la preservación del ambiente y

un comportamiento responsable con los grupos de interés, permitiendo analizar los beneficios internos los cuales comprenden salud y seguridad en el trabajo, adaptación al cambio, gestión del impacto ambiental y de recursos humanos, y externos incluyendo problemas ecológicos mundiales, derechos humanos, socios comerciales y comunidades locales.

Para Puente, Antequera y Velasco (2008) y Villalobos y Ramírez (2018), la RS incluye la dimensión interna y externa, la primera incluye la salud-seguridad en el trabajo, adaptación al cambio, gestión del impacto ambiental y gestión de recursos humanos, la segunda incluye problemas ecológicos mundiales, derechos humanos, socios comerciales, proveedores-consumidores y comunidades locales. El libro verde de la comisión de las comunidades europeas (2011), plantea que la RS tiene una doble dimensión, aspectos internos, es decir, lo relacionado con los empleados y el ambiente, aspectos externos referido a las comunidades locales, proveedores, consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos.

las organizaciones van más allá de administrar y mantener recursos económicos, tecnológicos y humanos, por tanto, desarrollan nuevas estrategias, mejorando la calidad de la estructura social interna, es decir, de los colaboradores y relaciones humanas, estableciendo los componentes de la dimensión interna de la RS: gestión del recurso humano, salud-seguridad en el trabajo y adaptación al cambio. La dimensión interna de la RS incluye las relaciones laborales y formulación e implementación de estrategias, integrando la atención y cuidado del capital humano con que cuenta (Sukier, Hernández, Portillo, Valle, García y García, 2018; Guzmán, 2016).

Tabla 7

Indicadores de las dimensiones de la RS desde la teoría de puente, Antequera y Velasco (2008), Libro verde de la comisión de las comunidades europeas (2011) y Guzmán 2016

Dimensiones de RS	Indicadores de las Dimensiones de RS	Autores	Año
	Salud y seguridad en el lugar del trabajo.		
Dimensión interna.	Adaptación al cambio.		
	Gestión del impacto ambiental.	Puente,	2008.
	Gestión de recursos humanos.	Antequera y	
		Velasco.	
	Problemas ecológicos mundiales.		
	Derechos humanos.		

Dimensión externa.	Socios comerciales, proveedores y consumidores. Comunidades locales.		
Aspecto interno.	Empleados. Ambiente.	Libro Verde de la	
Aspecto externo.	Comunidades locales, proveedores, consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos.	Comisión de las Comunidades Europeas.	2011.
Dimensión interna.	Gestión del recurso humano. Salud-seguridad en el trabajo. Adaptación al cambio.	Guzmán.	2016.

Fuente: elaboración propia (2018).

Las dimensiones interna y externa de la RS implican la formulación e implementación de iniciativas generando bienestar integral en los colaboradores y consumidores, abordando prácticas vinculadas a la motivación, participación y satisfacción de los grupos de interés, permitiendo el aumento de la capacidad organizativa mediante la fidelidad de los trabajadores generando competitividad y sostenibilidad.

Tabla 8

Conceptualización de los indicadores de las dimensiones de RS

Dimensiones de RS	Indicadores de las Dimensiones de RS	Conceptualización Dimensiones de RS
Interna	Salud y seguridad en el lugar del trabajo.	Aplicación de medidas y actividades para la prevención de riesgos laborales.

Interna	Adaptación al cambio. cambios en el medio, ya sean del	Capacidad para entender y adecuarse a las transformaciones, modificando la conducta para alcanzar objetivos cuando surgen dificultades, nueva información o entorno exterior, propia organización, cliente o requerimientos laborales
Interna	Gestión del impacto ambiental.	Acciones para establecer proyectos, planes o programas sobre el ambiente y elaborar medidas correctivas, compensatorias y protectoras de los potenciales efectos adversos.
Interna	Gestión de recursos humanos.	Proceso administrativo aplicado al incremento y preservación del esfuerzo, prácticas, salud, conocimientos, habilidades, de los colaboradores, en beneficio propio y de la organización.
Interna	Problemas ecológicos mundiales.	Situaciones adversas generadas por las organizaciones y personas que afectan el ambiente en un determinado lugar.
Externa	Derechos humanos.	Derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de raza, sexo, nacionalidad, origen étnico, lengua, religión o cualquier otra condición.
Externa	Socios comerciales,	Entidades comerciales vinculadas mediante alianzas estratégicas por

	proveedores y consumidores.	medio de relaciones contractuales.
Externa	Comunidades locales.	Grupo de personas que tienen elementos en común: idioma, costumbres, valores, ubicación geográfica y roles.

Fuente: elaboración propia (2018).

De acuerdo a los teóricos mencionados, las dimensiones de la RS se dividen en internas y externas, convirtiéndose en un modelo de gestión con implicaciones sociales, económicas y ambientales, creando valor agregado para los grupos de interés. Para quienes investigan, la RS incluye aspectos salud-seguridad en el trabajo, adaptación al cambio, gestión del impacto ambiental y de recursos humanos, además de problemas ecológicos mundiales, derechos humanos, socios comerciales, proveedores-consumidores y comunidades locales. Por tal motivo en la investigación en curso se adoptará la postura de Puente, Antequera y Velasco (2008) por la amplitud con la que aborda las dimensiones de la RS, y su pertinencia con la realidad problemática.

La dimensión interna de la RS, corresponde a las relaciones laborales y prácticas gerenciales de las organizaciones, relacionando el cumplimiento de obligaciones legales empresariales con los trabajadores, favoreciendo el desarrollo profesional y personal de los colaboradores, posibilitando el acceso a la información y toma de decisiones, mejorando condiciones laborales, proporcionando áreas de trabajo seguras e higiénicas.

Para Puente, Antequera, Velasco (2008) la RS contiene dimensiones internas que involucran el ámbito económico, social y ambiental logrando beneficios organizacionales para los colaboradores, preservando derechos laborales de los trabajadores, incluyendo salud y

seguridad en el trabajo, adaptación al cambio, gestión del impacto ambiental y de recursos humanos, mejorando la calidad de vida, diversidad y respeto por la dignidad humana.

El libro verde de la comisión de las comunidades europeas (2011), indica que la dimensión interna de la RS afecta a los trabajadores, ambiente, gestión productiva de las organizaciones, minimizando la capacidad de adecuarse a las transformaciones, modificando la conducta para alcanzar objetivos cuando surgen dificultades o cambios en el medio, ya sean del entorno exterior, propia organización, cliente o requerimientos laborales.

Según Guzmán (2016), las acciones para establecer proyectos, planes o programas sobre el ambiente y elaborar medidas correctivas, compensatorias y protectoras de los potenciales efectos adversos corresponden a dimensiones internas de la RS. Para quienes investigan, los aspectos económicos, sociales y ambientales de la RS, comprenden la dimensión interna de las organizaciones mediante compromisos con la comunidad en beneficio del desarrollo sostenible, permitiendo el crecimiento económico y bienestar social.

La RS en la dimensión externa constituye una acción e inversión para la organización, mejorando la calidad de vida de la comunidad, protección al ambiente, programas de educación, capacitación y participación en los problemas locales del entorno de la empresa. Para Puente, Antequera y Velasco (2008), comprende las responsabilidades de la empresa con el entorno, incluyendo problemas ecológicos mundiales, derechos humanos, socios comerciales, proveedores y comunidades locales.

El libro verde de la comisión de las comunidades europeas (2011), indica que la dimensión externa de la RS comprende la cadena productiva de la organización involucrando comunidades locales, proveedores, consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos. Guzmán (2016) manifiesta que la comunidad, clientes y contratistas son colectivos

relacionados con las organizaciones y que forma parte de los grupos de interés, las empresas deben generarle valores agregados para lograr ser socialmente responsable en sus actividades, condicionando fidelización.

2.4 Sistema de variable

2.4.1 Definición nominal

Responsabilidad Social.

2.4.2 Definición conceptual

La forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general (Zorilla, 2017).

2.4.3 Definición operativa

Será medido a través de un cuestionario, con puntuaciones obtenidas en la escala de Likert, con treinta y tres (33) ítems que analizan la responsabilidad social corporativa, en un rango que va de acuerdo a la opción positiva desde cinco (5) S: siempre hasta uno (1) N: nunca y con la opción negativa uno (1) N: nunca, hasta (5) S: siempre, que fueron asignados en las tres (3) dimensiones: principios, indicadores de gestión y las dimensiones de la responsabilidad social corporativa, siendo los puntajes altos índice de más uso de la responsabilidad social corporativa de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela.

2.4.4 operacionalización de las variables

Tabla 9

Operacionalización de la variable

Objetivo General: analizar la responsabilidad social de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES
Identificar los principios de responsabilidad social utilizados por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela.		Principios de responsabilidad social.		Derechos humanos. Estándares laborales. Medio ambiente. Anticorrupción.
Describir los indicadores de gestión que inciden en la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela.	Responsabilidad Social.	Indicadores de gestión de la responsabilidad social.	Sistema de gestión.	Política. Planificación. Implementación y Operación. Revisión de la gerencia. Mejoramiento continuo.
Determinar las dimensiones de la responsabilidad social que utilizan de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela.		Dimensiones de responsabilidad social.		Interna. Externa.

Fuente: elaboración propia (2018).

	Dirección financiera.	
Dirección administrativa.	Compras y archivo. Seguridad física. Servicios generales. Gestión humana.	34.
Desarrollo estratégico corporativo.	Gestión corporativa. Redes estratégicas. Gestión de proyectos (PMO). Investigaciones económicas. Investigación y desarrollo.	63.
Conexiones empresariales.	Eventos y networking. Experiencia del servicio. Mercadeo. Canal directo. Canal virtual. Inteligencia de negocios.	28.
Desarrollo empresarial.	Proyectos. Desarrollo organizacional. Soluciones	18.
Desarrollo regional.	Capital humano competitivo. Territorio conectado. Territorio distintivo.	112.
Total		393.

Fuente: elaboración propia (2018)

Capítulo III

Marco metodológico

Este capítulo, especifica los métodos aplicados, mencionando la metodología manejada, exponiendo las razones de esta selección, población, instrumento de recolección de información con indicación de su validez, se presenta un resumen del procedimiento durante el desarrollo de la investigación, describiendo las técnicas empleadas para analizar los datos obtenidos.

3.1. Epistemología de la investigación y paradigma

La actividad investigativa, se orientó por paradigmas que condujeron el estudio de la realidad de una manera lógica, orientando a los investigadores sobre cómo actuar para abordar y explicar el objeto de análisis, el paradigma es una estructura constituida por una red de conceptos, de creencias teóricas y metodológicas entrelazadas, permitiendo la evaluación crítica de problemas científicos a partir de métodos coherentes con la realidad investigada.

Para García (2014), la epistemología es la reflexión crítica en la construcción de las teorías científicas, analizando su estructura, naturaleza interna, principios generales, la relación de éstas teorías con los hechos y fenómenos que pretenden describir, explicar y predecir, tratando de establecer los criterios lógicos que se emplearon para aceptar como verdadera o falsa una teoría. Es por esto, que Hurtado (2010), plantea que la epistemología de la investigación, es una concepción del objeto de estudio de una ciencia, de los problemas para estudiar la naturaleza de los métodos, forma de explicar, interpretar, comprender los resultados de la investigación realizada. En conjunto, el paradigma define lo que constituye la ciencia legítima para el conocimiento de la realidad a la cual se refiere.

En este sentido, toda actividad científica está determinada por uno o varios paradigmas

correspondientes a ellos, condicionando el modo de abordar los objetos, métodos, aquello relacionado con el conocimiento y manera de conocer (Herrera, Guerrero y Ramírez, 2018; Guerrero, Ramírez, Herrera, Herrera y Avendaño, 2018). En el criterio de Hurtado y Toro (2013), los paradigmas, constituyen la lógica de la actividad investigativa, proporcionando una visión de los fenómenos, un modo de desmenuzar la complejidad de la realidad, señalando al investigador la manera de actuar. Para la presente investigación el enfoque epistemológico que la sustenta es el racionalista deductivo también llamado deductivista, teórico o teorista, racionalista crítico, entre otros.

Para Padrón (2010), este enfoque se concibe como un producto de conocimiento científico el diseño de sistemas abstractos dotados de alto grado de universalidad, que emiten los procesos de generación, comportamiento de una cierta realidad, según esta definición el conocimiento, es más un acto de invención que de descubrimiento. En este contexto, la postura epistemológica de esta investigación se enmarcó dentro del paradigma cuantitativo, con un enfoque empírico positivista, de acuerdo a Hurtado (2010), utiliza la lógica de la verificación empírica de los hechos, sus causas, complejidad del ser humano reducida a variables, calcula la probabilidad estadística, además se aplican instrumentos que codificados y analizados, permiten el análisis para las posteriores conclusiones.

Siguiendo con lo planteado por el autor, en este enfoque se señalan los sistemas teóricos con el producto por excelencia del conocimiento científico, en ellos se diseñan sistemas basados en conjeturas o suposiciones acerca del modo en que cierta realidad se genera. En este orden de ideas, Kolakowski (2009), define el enfoque empírico positivista, como un conjunto de reglamentaciones que rigen el saber humano, tiende a reservar el nombre de “ciencia” a las operaciones observables en la evolución de las ciencias modernas de la naturaleza, persigue la descripción exacta de lo que ocurre en la realidad social. En resumen, lo anterior permitió que

se esquematice el sistema de hechos reales que se pretende explicar bajo la referencia de cómo son las cosas objetivamente.

3.2. Tipo y nivel de investigación

En función de la metodología en esta investigación, se consideró como descriptiva, dada la naturaleza del tema de estudio y objetivos propuestos, pretendiendo describir características, rasgos del fenómeno objeto de análisis; con el propósito de alcanzar el objetivo principal de la investigación, fue necesario recoger información en forma directa desde su fuente primaria.

En lo que respecta a la modalidad de estudio se optó por la denominada de campo, según Arias (2012), la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna. Bajo este esquema de trabajo se materializaron los objetivos específicos, mediante la realización de las actividades que permitieron recolectar los datos requeridos, directamente de la fuente primaria.

De allí, que, en atención a los objetivos y alcances de la investigación, se seleccionó una investigación del tipo descriptivo, que es explicada por Hernández, Fernández, y Baptista (2014), como aquellos estudios que buscan especificar propiedades, características y perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta un análisis. En esta investigación se dan a conocer hechos, características de las cámaras de comercio, para analizar la responsabilidad social de Colombia y Venezuela.

3.3. Diseño de la investigación

El diseño es el plan o estrategia a seguir para obtener la información requerida en la investigación en atención al objeto de estudio, el proyecto fue organizado desde un punto de vista metodológico teniendo en cuenta los modelos epistemológicos positivistas, de los que

indica Chávez (2009), se orienta al método empírico – no experimental. Por tal motivo, la investigación propuesta, tuvo un diseño no experimental, de acuerdo a Hernández y Cols. (2014), consiste en observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural para luego analizarlos y concluir sobre ellos, en este caso analizar la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela.

De acuerdo a la perspectiva temporal fue transeccional, según Hernández y Cols. (2014), los datos se recopilaron en un solo momento, tiempo único; por lo que el instrumento de investigación, se aplicó una sola vez en un momento único. Para Bavaresco (2008), las investigaciones transeccionales se pueden clasificar en estudios transeccionales descriptivos, siendo el propósito la descripción de las características medidas en uno o más grupos, exponer las características del fenómeno en estudio, el cual fue el conocimiento del proceso llevado en analizar la responsabilidad social de las cámaras de comercio.

3.4. Población de la investigación

La población, es el conjunto de elementos de la investigación con características comunes, identificados como unidades de estudio, obteniéndose los datos concretos al momento de aplicar los instrumentos, guiando la delimitación de los parámetros poblacionales con apoyo en los objetivos de la investigación. La población sujeta de estudio considera en Colombia, la Cámara de Comercio de la ciudad de Barranquilla del Departamento del Atlántico y en Venezuela la Cámara de Comercio de la ciudad de Maracaibo del Estado Zulia. Específicamente los tres cientos noventa y tres (393) colaboradores pertenecientes a las áreas funcionales y operativas, caracterizados por ser de ambos sexos, en condición fija, mayores de edad e independientemente del estado civil, (ver tabla 8).

*Tabla 10*Población de las Cámaras de Comercio de Barranquilla y Maracaibo

Áreas funcionales	Áreas operativas	Número de personal
	Comunicaciones corporativas.	
Presidencia ejecutiva.	Secretaría general.	48.
	Control interno.	
	Servicios registrales.	

Promoción del servicios registral.

Redes empresariales

Servicios para las redes. 62.

tecnología y registros.

Infraestructura TI.

Sistemas de información.

Dirección financiera.

Presupuesto y tesorería.

28.

Contabilidad.

	Dirección financiera.	
Dirección administrativa.	Compras y archivo. Seguridad física. Servicios generales. Gestión humana.	34.
Desarrollo estratégico corporativo.	Gestión corporativa. Redes estratégicas. Gestión de proyectos (PMO). Investigaciones económicas. Investigación y desarrollo.	63.
Conexiones empresariales.	Eventos y networking. Experiencia del servicio. Mercadeo. Canal directo. Canal virtual. Inteligencia de negocios.	28.
Desarrollo empresarial.	Proyectos. Desarrollo organizacional. Soluciones	18.
Desarrollo regional.	Capital humano competitivo. Territorio conectado. Territorio distintivo.	112.
Total		393.

Fuente: elaboración propia (2018).

Los criterios de selección de la población responden a la similitud en: (a) su naturaleza al sector de servicios, (b) número de gerencias similares, (c) cantidad de colaboradores vinculados fijos, (d) aliados empresariales, (e) modelo y estructura de gerencia, y (f) especificidades geográficas de las regiones: Caribe en Colombia y Zulia en Venezuela.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las investigaciones exitosas se fundamentan en la pertinencia de las técnicas seleccionadas para la recolección de información, así como en el manejo de las fuentes utilizadas. Para desarrollar la investigación se utilizan datos que orienten el estudio del comportamiento de la variable, en concordancia con sus objetivos y diseño. Por tanto, es necesario definir la técnica de recolección necesaria para construir el instrumento que permitirá obtener los datos de la realidad.

Para Arias (2012) la técnica de investigación es el procedimiento para obtener datos, un instrumento de recolección de datos es el recurso, dispositivo o formato que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información. Las técnicas tienen que ver con los procedimientos utilizados para la recolección de datos, es decir, el cómo. Estas pueden ser de revisión documental, observación, encuestas; representando la herramienta para recoger, filtrar y codificar la información.

Teniendo en cuenta que el diseño de investigación fue de campo, se consideró la encuesta como el medio a utilizar para captar los hechos estudiados de manera fehaciente, con relación la variable de estudio. Para Arias (2012) la encuesta se define como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.

El instrumento adecuado para la investigación fue el cuestionario, lo cual consiste en un conjunto de preguntas relacionadas con el objeto de estudio, caracterizándose porque dichas preguntas pueden ser dicotómicas, de selección, abiertas, tipo escala o tipo ensayo, un cuestionario puede albergar diversidad de preguntas según se requiere para obtener la

información pertinente acerca del evento de estudio Hurtado (2010). Por su parte, Tamayo y Tamayo (2012), argumenta que el temario se encuentra constituido por una serie de consultas que se formulan a partir de un tema determinado.

En la investigación se aplicó un cuestionario conformado con treinta y tres (33) ítems, con una escala tipo Likert, de selección múltiples: (MDA): muy de acuerdo, (DA): de acuerdo, (I): indeciso, (ED): en desacuerdo, (MED): muy en desacuerdo), calificándose desde cinco (5) al uno (1) los enunciados positivos y del uno (1) al cinco (5) los enunciados negativos. Dichas preguntas se construyeron con base a la operacionalización de la variable, estableciendo preguntas que conformaron el cuestionario de acuerdo a los objetivos de la investigación, de manera que el instrumento tuviera validez. Para dar respuesta al propósito de la investigación se generó un baremo de interpretación de la media aritmética estableciendo el comportamiento de los indicadores de la responsabilidad social de las Cámaras de Comercio de estudio, (tabla 11).

Tabla 11

Baremo de categorización de la media aritmética estableciendo el comportamiento de la variable responsabilidad social

Rango de puntaje	Categorización
1-1,79	Pésimo.
1,80-2,59	Moderadamente pésimo.
2,6-3,39	Moderado.
3,4-4,19	Moderadamente óptimo.
4,2-5	Óptimo.

Fuente: elaboración propia (2018).

3.6. Validez y confiabilidad

A fin de estimar la validez del instrumento se entregó a diez (10) expertos en la temática gerencia organizacional, para que fuera valorado; una escala es válida cuando mide aquello que está propuesto, indicando el grado en que pueden inferirse conclusiones a partir de los

resultados obtenidos, Arias (2012). Los expertos realizaron observaciones relativas a redacción y fraseado considerando los ítems en general pertinentes para dar respuesta a los objetivos de la investigación.

La confiabilidad de la escala se calculó un coeficiente mediante el método de alfa de Cronbach, analizando concretamente la consistencia interna de la escala como una medición de su fiabilidad mediante el cálculo de correlación entre los ítems de la escala. Así mismo, se determinó la confiabilidad mediante una prueba piloto a dos cientos (200) sujetos, pertenecientes a una población similar a la estudiada, en este caso personal funcional y operativo, con características a fines a las estudiadas.

Seguidamente se debe seleccionar la formula pertinente, conociendo el tipo de escala presentes en el cuestionario, con la finalidad de analizar la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, por su parte, se crean alternativas múltiples empleando la fórmula de alfa de cronbach descrita a continuación:

$$= \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s^2_i}{s^2_t} \right)$$

Donde:

R= coeficiente de cronbach.

K= número de ítems.

\sum \sum = suma de los cuadrados de cada ítem

1= constante.

Donde sustituyendo los datos se obtuvo:

$$= \frac{33}{33-1} \left(1 - \frac{4.07}{19.86} \right) = 0,91$$

Lo cual indica, que el instrumento es altamente confiable según el baremo de interpretación:

Tabla 12

Baremo para la interpretación de la confiabilidad

Escala	Categoría
DE 0 HASTA 0,20.	Muy Baja.
DE 0,21 HASTA 0,40.	Baja.
DE 0,41 HASTA 0,60.	Moderada.
DE 0,61 HASTA 0,80.	Alta.
DE 0,81 HASTA 1.	Muy Alta.

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014).

3.7. Plan de análisis de datos

Para Niño (2011), el análisis de datos provenientes de entrevistas, implica que el investigador examine datos procesados, revise el material original para examinarlo, comparando respuestas de entrevistados, observando la información, estudiando el momento y circunstancias en que respondieron, y actitudes aparecidas en la aplicación. El análisis de datos por encuestas, están representados numéricamente en cuadros y tablas, facilitando el análisis estadístico.

Luego de aplicados los instrumentos sobre la muestra correspondiente a la población estudiada, los datos allí recolectados se codificaron y tabularon, empleando el programa SPSS, versión 2.0, a fin de realizar las operaciones estadísticas: (1) Análisis Exploratorio utilizado para verificar el comportamiento normal (prueba de Kolmogorov-Smirnoff) de la variable “Responsabilidad Social (RS)” requisito para aplicar sobre la data pruebas paramétricas, (2) Análisis de la Varianza (ANOVA), prueba de múltiples rangos de Tukey, y la prueba t de Student, utilizadas, para comparar el conjunto de indicadores y dimensiones que estructuran la variable, (3) Estadísticos descriptivos, tales como la media y desviación estándar (típica) cuando fuese necesario.

Para Cruz, Olivares y González (2014), con la estadística se trata de inferir o sacar

conclusiones sobre algunos aspectos de la población, que se refiere a la confirmación de alguna hipótesis, prueba de hipótesis o estimación de algún promedio numérico u otras características de la población, posibilitando cuantificar la realidad y disponer de los elementos que permiten el análisis.

3.8. Procedimiento de la investigación

Producto de una inquietud surgida, sobre cómo será la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Chile, nace el interés de analizar la responsabilidad social, por este motivo se dan a conocer al detalle los procedimientos que permitirán consolidar los objetivos propuestos:

- (a) Se seleccionó el tema, elaborándose un anteproyecto de investigación.
- (b) Se ubicó, discriminó, seleccionó y revisaron fuentes documentales y bibliográficas que sirvieron de apoyo para el planteamiento y formulación del problema, además de la redacción de los objetivos, justificación, delimitación y respaldo teórico para la investigación.
- (c) Aprobación del título y tema seleccionado por parte del comité académico de la línea de investigación.
- (d) Elaboración del marco metodológico de la investigación estableciendo el tipo, diseño, población de estudio y análisis de datos.
- (e) Se seleccionó la técnica y se elaboró el instrumento de recolección de datos.
- (f) Se procedió a efectuar el análisis discriminatorio de ítems, en función de cuyos resultados se efectuó la presentación de los resultados.

Capítulo IV

4. Resultados

En este capítulo se analizan los resultados obtenidos del proceso de recolección de la información, de acuerdo a la investigación Responsabilidad Social de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela, para dar respuesta a los objetivos específicos valorados, mediante las dimensiones e indicadores; y así interpretar todas las respuestas obtenidas del cuestionario aplicado; compuesto por dos partes, análisis y presentación de los resultados, y su discusión.

4.1. Análisis y presentación de los resultados

En este mismo orden de ideas, la variable fue analizada en forma individual, por dimensión, indicadores y finalmente por ítems, a partir de las estadísticas calculadas, cuyas matrices se presentan en los anexos. Fue necesario recolectar la información la cual fue analizada estadísticamente, de acuerdo a el: (1) Análisis Exploratorio utilizado para verificar el comportamiento normal (prueba de Kolmogorov-Smirnoff) de la variable “Responsabilidad Social (RS)” requisito para aplicar sobre la data pruebas paramétricas, (2) Análisis de la Varianza (ANOVA), prueba de múltiples rangos de Tukey, y la prueba T de Student, utilizadas, para comparar el conjunto de indicadores y dimensiones que estructuran la variable, (3) Estadísticos descriptivos, tales como la media y desviación

estándar (típica) cuando fuese necesario, y con esto se desarrolló la discusión de los resultados, conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Al analizar la responsabilidad social de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela, se presenta en primer lugar el análisis exploratorio de la variable Responsabilidad Social, calculada por la media de todos los ítems que conforman el instrumento de medición (Tabla 13), este análisis permite, determinar la adecuación de la data para el uso de pruebas paramétricas como el estudio de la varianza.

La tabla 13 muestra la prueba de Kolmogorov-Smirnov para la normalidad, allí se observa cómo se acepta la hipótesis nula de la distribución igual a la normalidad debido que el valor del estadístico de 0.03 es significativo a un valor menor o igual a 0.2 no significativo. En consecuencia, desde este punto de este punto de vista es totalmente, aceptable el uso de pruebas paramétricas, sumado al hecho que, por usar promedios, los puntajes ordinales de la escala de tipo Likert empleada originalmente en el instrumento, fue transformada a una escala continua.

Tabla 13

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para determinar la normalidad de la variable “Responsabilidad Social”

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Responsabilidad Social	,030	393	,200*	,997	393	,724
a. Corrección de significación de Lilliefors.						
* Este es un límite inferior de la significación verdadera.						

Fuente: elaboración propia (2019).

El abordaje de los principios de responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, se observa en el Figura 1, de allí se desprende que la consideración de los principios es diferencial entre los consultados porque $F=5.06$ es significativo a p menor a 0.01. Es importante hacer énfasis, que el modelo de gestión

empresarial en las cámaras de comercio por su naturaleza, debe contemplar los impactos económicos, sociales y ambientales, incorporando la responsabilidad de la empresa en el desarrollo social y ambiental.

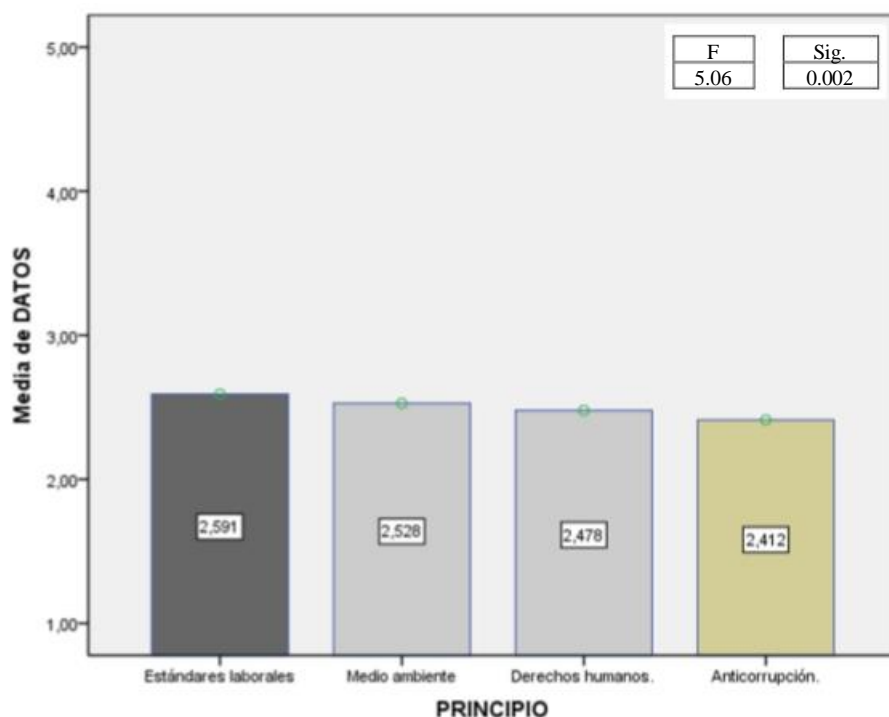


Figura 1. Anova y resultado de la prueba de medias de Tukey para las medias de los principios de responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela Fuente: elaboración propia (2019).

En la misma tabla se evidencia por la diferencia cromática de las columnas, que la prueba de Tukey permite ubicar la significancia. De este modo se observa que los “estándares laborales” con una media de 2.59, se ubica significativamente por encima del resto de los principios, valor que según la tabla 9 permite categorizarlo “moderado”. El resto de los principios a saber: “medio ambiente”, “derechos humanos” y “anticorrupción” con medias de 2.53, 2.48 y 2.41 respectivamente se categorizan como de consideración “moderadamente pésimas”. Cabe destacar que el “principio de “anticorrupción se

diferencia estadísticamente de los anteriores a pesar que se encuentra en el mismo rango cualitativo, es decir que queda demostrado que la categorización le resta potencial informativo a la cuantificación.

Para describir los indicadores de gestión que inciden en la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela de manera similar al caso anterior se aplicó la el ANOVA. La figura 2, muestra el resultado de tal procedimiento, allí se observa que no existen diferencias estadísticamente significativas ($F=1.17$; $\text{sig}=0.14$) entre los indicadores considerados: “Implementación y Operación”, “Planificación”, “Política”, “Revisión de la gerencia” y “Mejoramiento continuo” los cuales con medias ubicadas en el rango 1,80-2,59, permiten ubicarlas en la categoría de consideración “moderadamente pésimas” (Tabla 9).

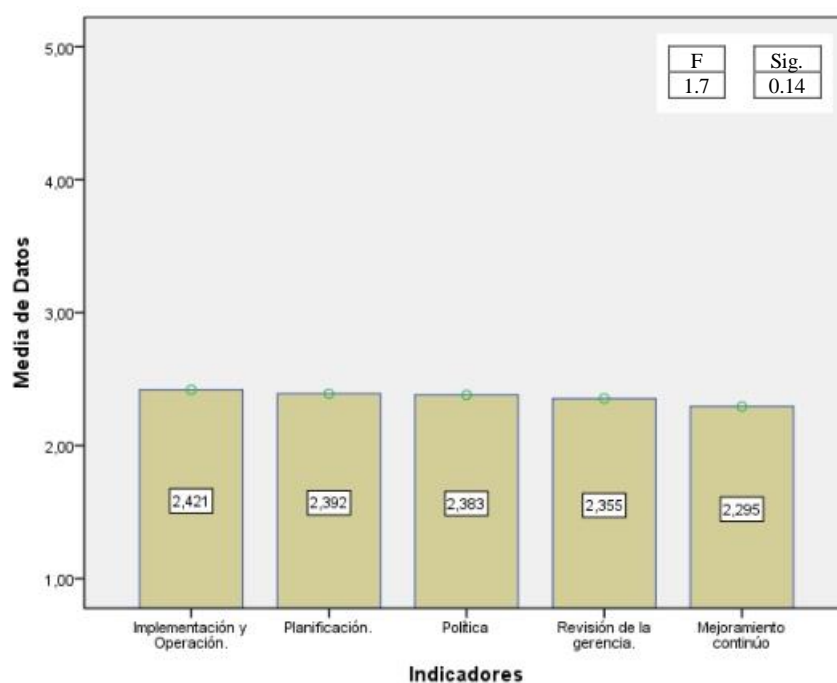


Figura 2. Anova y resultado de la prueba de medias de Tukey para las medias de los indicadores de responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela
Fuente: elaboración propia (2019).

En la tabla 14, se muestran los resultados de la prueba de t sobre las dos medias correspondiente a las dimensiones externas e internas de la responsabilidad social de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela, donde el valor de $t=1.007$ significativo a 0.314 mayor a 0.05 permite señalar que entre ambas dimensiones no existen diferencias estadísticamente significativas. Las medias de 2.39 (Externa) y 2.33 (Interna) las categorizan como “moderadamente pésimas” según los criterios expuestos en la (Tabla 9).

Tabla 14

Prueba de t para las medias de las dimensiones de responsabilidad social

Pruebas de muestras relacionadas								
Diferencias relacionadas								
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia		t	gl	Sig. (bilateral)
				Inferior	Superior			
Par 1 Externa - Interna	,05259	1,03513	,05222	-,05007	,15524	1,007	392	,314

Estadísticos de muestras relacionadas					
		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	Externa	2,3910	393	,73003	,03683
	Interna	2,3384	393	,72802	,03672

Fuente: elaboración propia (2019).

La figura 3, permite señalar que la consideración de los principios, dimensiones e indicadores difieren estadísticamente entre sí ($F=14.9$; $\text{sig}=0.001$) siendo que los principios de responsabilidad social con una media de 2.50 esta “estadísticamente” por encima de las dimensiones (2.37) e indicadores (2.37), sin embargo, por estar todos los valores entre 1,80- 2,59, se pueden calificar como “moderadamente pésimas” (Tabla 9). Estos hallazgos son lamentables, la RS debe entenderse como un comportamiento que voluntariamente adoptan las empresas, más allá de sus obligaciones jurídicas, para contribuir al desarrollo

económico de la comunidad y sociedad con la intención de mejorar la calidad de vida de las personas y sus familias, redundando a largo plazo en su propio interés.

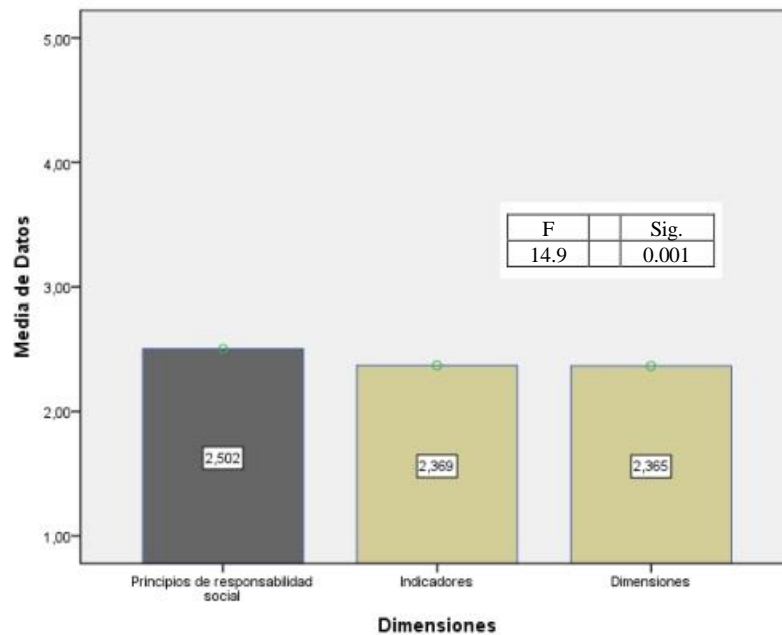


Figura 3. Anova y resultado de la prueba de medias de Tukey para las medias de las dimensiones de la responsabilidad social Fuente: elaboración propia (2019).

Finalmente, la tabla 15 muestra la ponderación de la responsabilidad social, cual tiene una media de 2.41+/- 0.23 con lo que se demuestra que conforme al baremo de la tabla 9, la misma es moderadamente pésima en las cámaras de comercio estudiadas.

Tabla 15

Media y desviación típica para la responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela

	N	Media	Desv. típ.
Responsabilidad social	393	2,4120	,23508
N válido (según lista)	393		

Fuente: elaboración propia (2019).

4.2. Discusión de los resultados

Las prácticas de responsabilidad social se orientan al impacto externo e internos de las organizaciones con políticas institucionales llegando a hacer parte del actuar y pensar de cada miembro de esta, comprende con el gobierno y ética, la transparencia entre las personas, seguridad y salud para los colaboradores, en el mundo evalúa el impacto y adopta la ecoeficiencia como propósito y con la prosperidad mide las ganancias, desarrollo empresarial y mejoramiento de la comunidad.

Ibarra (2014) manifiesta que los principios de RS aceptados por la comunidad internacional son los derechos contenidos en la declaración universal de derechos humanos y los pactos de derecho económico, sociales, culturales, derechos civiles y políticos, la declaración de principios de la organización internacional del trabajo, la declaración de río sobre medio ambiente y desarrollo, y la convención de la organización de naciones unidas contra la corrupción.

Al identificar los principios de responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, se observa que la consideración de los principios es diferencial entre los consultados porque $F=5.06$ es significativo a p menor a 0.01. De este modo se evidencia que los “estándares laborales” con una media de 2.59, se ubica significativamente por encima del resto de los principios, categorizándose como “moderado”. El resto de los principios a saber: “medio ambiente”, “derechos humanos” y “anticorrupción” con medias de 2.53, 2.48 y 2.41 respectivamente se categorizan como “moderadamente pésimas”.

Los principios de responsabilidad social benefician a los grupos de interés para reducir el impacto ambiental y social, ayudando a mejorar las organizaciones en sus aportes

administrativos y operativos, estimulando prácticas que incentivan en aspectos como la diversidad e igualdad de oportunidades, promoviendo el compromiso e identificación empresarial, generando estándares de trabajo digno y alta calidad.

Los derechos humanos deben hacer parte fundamental del núcleo de valores de las organizaciones, tanto en las empresas como en su relación con entidades aliadas, por lo tanto, las compañías deben comprometerse con la promoción, respeto y garantía de estos derechos, como el cumplimiento de legislaciones, carácter global, satisfacción e información, con una institucionalidad fortalecida y amplios espacios que permitan la interlocución con los stakeholder.

En materia laboral, los estándares implican debatir las condiciones de trabajo y abordaje de necesidades de los colaboradores, incluyendo reestructuraciones, formación, seguridad y sanidad, facilitando información necesaria para la gestión estratégica del talento humano; apoyándose en el establecimiento y funcionamiento de los sindicatos preservando la seguridad de sus líderes.

En relación con el ambiente, adopta medidas tendientes a evitar su deterioro, considerando los riesgos que deberán afrontar las generaciones presentes y futuras al exponerse ante el peligro del ecosistema, por tanto, las organizaciones están en la obligación de incorporar un modelo de gestión ambiental estratégico, que permitan tener un uso equilibrado de los recursos para evitar impactos ambientales desfavorables.

Anticorrupción, las empresas establecen políticas para evitar la corrupción, mediante la inclusión de códigos de buenas prácticas corporativa como parte idónea en la gestión estratégica del talento humano, sostenibilidad y reputación comercial, generando confianza en los grupos de interés. En el Pacto Global propuesto por Kofi Annan en el foro económico mundial de (1999), se estipuló que las organizaciones deben incluir en sus

estrategias y operaciones la lucha contra el soborno, extorsión, abuso de pagos de facilitación.

Al describir los indicadores de gestión que inciden en la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, se observa que no existen diferencias estadísticamente significativas ($F=1.17$; $\text{sig}=0.14$) entre los indicadores considerados: “Implementación y Operación”, “Planificación”, “Política”, “Revisión de la gerencia” y “Mejoramiento continuo” los cuales con medias ubicadas en el rango 1,80-2,59, permiten ubicarlas en la categoría “moderadamente pésimas”.

Capriotti P y Schulze F (2010), manifiestan que los indicadores de gestión de la responsabilidad social facilitan la información sobre los impactos económicos, ambientales y sociales causados por la organización, incorporando la gestión interna y externa de la empresa en relación con los grupos de interés, contribuyendo a los principios de los derechos humanos, estándares laborales, desarrollo sostenible y anticorrupción.

Vives y Peinado (2011), indican que gestionar la RS en las organizaciones deriva en la implementación de indicadores que faciliten la medición y toma de decisiones, traducándose en políticas, planificación, implementación-operación, revisión de la gerencia y mejoramiento continuo. De acuerdo a Vives (2015), los indicadores de gestión de la responsabilidad social brindan información de las consecuencias de actividades empresariales en las perspectivas financieras, manufacturero, social-relacional, humano, intelectual y natural, denominado colectivo del capital humano, ofreciendo oportunidades de reflexión sobre el impacto de las organizaciones frente a los grupos de intereses.

En este sentido, la política en las organizaciones para el logro de sus estrategias, incorporan modelos de control y gestión, así como teorías independientes, permitiendo conocer evoluciones de la globalización, para cumplir con los objetivos organizacionales.

Para Vives y Peinado (2011) el enfoque de políticas de gestión identifica los procesos que otorgan valor agregado al cliente y facilita la misión holísticamente, permitiendo que la organización tenga una estructura flexible, adaptándose a un entorno dinámico y cambiante, pudiendo generar valor agregado a todos los integrantes de la empresa, encaminándose con orientación hacia el logro de sus objetivos.

La planificación, direcciona estrategias empresariales integrando los procesos operativos para lograr los objetivos propuestos por las organizaciones, mediante la gestión del recurso humano, innovación tecnológica, seguridad y salud en el trabajo y gestión ambiental, obteniendo ventajas competitivas y desarrollando actividades que permitan la formulación estratégica, logrando las metas trazadas por las empresas.

Al mismo tiempo, Vives y Peinado (2011), manifiestan que la planificación es el inicio del direccionamiento estratégico de la RS, determinando los compromisos y retos que asume la organización en cumplimiento a las normas internas y externas, expectativas y necesidades del bien o servicio, realizando la formulación estratégica como un proceso continuo y sistemático, basado en los resultados de gestión institucional y cultura organizacional, permitiendo la incorporación de los principios de RS. De igual manera, Vives (2015) define la planificación como un indicador de sistemas de gestión de la responsabilidad social correspondiente a la elaboración y desarrollo de los planes operativos de las empresas, logrando los objetivos planteados, a través del análisis del entorno, estableciendo planes estratégicos que permiten la ejecución de acciones de mejoras de las organizaciones.

La implementación y operación, garantiza el establecimiento, mantenimiento y mejoramiento de los procesos operativos, asegurándose de la disponibilidad de recursos esenciales para aplicar los sistemas de gestión que benefician a los stakeholders, incluyendo

los recursos humanos, financieros, tecnológicos e infraestructura de las organizaciones. Vives y Peinado (2011) indican que los sistemas de gestión de la RS tienen como finalidad ejecutar las estrategias organizacionales mediante la planificación, organización y control estratégico.

Para Vives (2015) la implementación y operación es la herramienta que gestiona actividades necesarias para crear un producto o prestar servicios competitivos a los consumidores, mediante la cadena de suministros, integrando procesos operativos corporativos con los grupos de interés, alcanzando objetivos propuestos por estas. De acuerdo a los aportes de los teóricos mencionados, se considera que la implementación y operación como indicador de los sistemas de gestión de la RS, establecen el mejoramiento de los procesos de la organización, integrando a los stakeholders, con la misión de ejecutar los objetivos propuestos por las empresas.

Por otra parte, la revisión de la gerencia es una herramienta que mejora la gestión, garantizando su eficacia por medio de la evaluación y análisis de los cambios que afecten el desempeño de los procesos operativos, permitiendo la toma de decisiones responsables de la organización. Vives y Peinado (2011) manifiestan que la revisión por la dirección es una técnica para el mejoramiento del SG implementado, por medio de evaluaciones y análisis de cambios en el sistema operativo organizacional.

Para Luna (2013) la revisión de la gerencia es una herramienta que integra la adecuación, alineación, eficiencia y direccionamiento estratégico de las empresas con los grupos de interés, incluyendo el desempeño de los procesos, resultados obtenidos y satisfacción del cliente, permitiendo acciones de mejora y cambios en el SG, alcanzando las metas propuestas por la organización.

El mejoramiento continuo, para Vives y Peinando (2011) son acciones diarias que permiten que los procesos operativos de las organizaciones sean competitivos, involucrando el ciclo de planear, hacer, verificar y actuar (PHVA). Según Vives (2015), planear, es la forma como la organización define sus metas y mecanismos para alcanzarlas, hacer es la manera como la organización genera acciones para ejecutar las tareas planeadas, verificar son mecanismos que establece la organización para conocer los resultados y evaluar los objetivos, y actuar es el desarrollo de acciones frente a los resultados de la verificación en contraste con la planeación, alcanzando los resultados en términos de eficiencia, garantizando la satisfacción de los clientes.

Al determinar las dimensiones de la responsabilidad social que utilizan de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela, el valor de $t=1.007$ significativo a 0.314 mayor a 0.05 permite señalar que entre ambas dimensiones no existen diferencias estadísticamente significativas. Las medias de 2.39 (Externa) y 2.33 (Interna) las categorizan como “moderadamente pésimas”.

Para Puente, Antequera y Velasco (2008) la RS incluye la dimensión interna y externa, la primera incluye la salud-seguridad en el trabajo, adaptación al cambio, gestión del impacto ambiental y gestión de recursos humanos, la segunda incluye problemas ecológicos mundiales, derechos humanos, socios comerciales, proveedores-consumidores y comunidades locales. El libro verde de la comisión de las comunidades europeas (2011), plantea que la RS tiene una doble dimensión, aspectos internos, es decir, lo relacionado con los colaboradores y el ambiente, aspectos externos referidos a las comunidades locales, proveedores, consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos.

Las dimensiones interna y externa de la RS implican la formulación e implementación de iniciativas generando bienestar integral en los colaboradores y

consumidores, abordando prácticas vinculadas a la motivación, participación y satisfacción de los grupos de interés, permitiendo el aumento de la capacidad organizativa mediante la fidelidad de los trabajadores generando competitividad y sostenibilidad.

Para Puente, Antequera, Velasco (2008) la RS contiene dimensiones internas que involucran el ámbito económico, social y ambiental logrando beneficios organizacionales para los colaboradores, preservando los derechos laborales de los trabajadores, incluyendo salud y seguridad en el trabajo, adaptación al cambio, gestión del impacto ambiental y de recursos humanos, mejorando la calidad de vida, diversidad y respeto por la dignidad humana. Para quienes investigan, los aspectos económicos, sociales y ambientales de la RS comprenden la dimensión interna de las organizaciones mediante compromisos con la comunidad en beneficio del desarrollo sostenible, permitiendo el crecimiento económico y bienestar social.

La RS en la dimensión externa constituye una acción e inversión para la organización, mejorando la calidad de vida de la comunidad, protección al ambiente, programas de educación, capacitación y participación en los problemas locales del entorno de la empresa. El libro verde de la comisión de las comunidades europeas (2011) indican que la dimensión externa de la RS comprende la cadena productiva de la organización involucrando comunidades locales, proveedores, consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos. Para Puente, Antequera y Velasco (2008) la dimensión externa, comprende las responsabilidades de la empresa con el entorno, incluyendo problemas ecológicos mundiales, derechos humanos, socios comerciales, proveedores y comunidades locales.

Al analizar la responsabilidad social de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela, la consideración de los principios, dimensiones e indicadores difieren

estadísticamente entre sí ($F=14.9$; $\text{sig}=0.001$) siendo que los principios de responsabilidad social con una media de 2.50 esta “estadísticamente” por encima de las dimensiones (2.37) e indicadores (2.37), mas, sin embargo, por estar todos los valores entre 1,80-2,59, se pueden calificar como “moderadamente pésimas”.

Conclusiones

Al identificar los principios de responsabilidad social utilizadas por las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, los “estándares laborales” con una media de 2.59, se ubica significativamente por encima del resto de los principios, categorizándose como “moderado”. El resto de los principios a saber: “medio ambiente”, “derechos humanos” y “anticorrupción” con medias de 2.53, 2.48 y 2.41 respectivamente se categorizan como “moderadamente pésimas”.

Los principios de RS apuntan hacia empresas socialmente responsables y que impactan favorablemente la gestión estratégica de las organizaciones, exigiendo que las compañías reconozcan responsabilidades en los indicadores de derechos humanos, estándares laborales, ambiente y anticorrupción, implicando el cumplimiento de legislaciones de carácter global, compromisos éticos, actividades empresariales, generando satisfacción e información.

Al describir los indicadores de gestión que inciden en la responsabilidad social de las cámaras de comercio de Colombia y Venezuela, se observa que no existen diferencias estadísticamente significativas ($F=1.17$; $\text{sig}=0.14$) entre los indicadores considerados: “Implementación y Operación”, “Planificación”, “Política”, “Revisión de la gerencia” y “Mejoramiento continuo” los cuales con medias ubicadas en el rango 1,80-2,59, permiten ubicarlas en la categoría “moderadamente pésimas”.

Los indicadores de gestión de la responsabilidad social facilitan la información sobre los impactos económicos, ambientales y sociales causados por la organización, incorporando la gestión interna y externa de la empresa en relación con los grupos de interés, contribuyendo a los principios de los derechos humanos, estándares laborales, desarrollo sostenible y anticorrupción.

Al determinar las dimensiones de la responsabilidad social que utilizan de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela, el valor de $t=1.007$ significativo a 0.314 mayor a 0.05 permite señalar que entre ambas dimensiones no existen diferencias estadísticamente significativas. Las medias de 2.39 (Externa) y 2.33 (Interna) las categorizan como “moderadamente pésimas”.

Las organizaciones van más allá de administrar y mantener recursos económicos, tecnológicos y humanos, por tanto, desarrollan nuevas estrategias, mejorando la calidad de la estructura social interna, es decir, de los colaboradores y relaciones humanas, estableciendo los componentes de la dimensión interna de la RS: gestión del recurso humano, salud-seguridad en el trabajo y adaptación al cambio. La dimensión interna de la RS incluye las relaciones laborales y formulación e implementación de estrategias, integrando la atención y cuidado del capital humano con que cuenta.

Al analizar la responsabilidad social de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela, los principios, dimensiones e indicadores difieren estadísticamente entre sí ($F=14.9$; $\text{sig}=0.001$) siendo que los principios de responsabilidad social con una media de 2.50 esta “estadísticamente” por encima de las dimensiones (2.37) e indicadores (2.37), mas, sin embargo, por estar todos los valores entre 1,80-2,59, se pueden calificar como “moderadamente pésimas”.

La RS puede enmarcarse dentro de las prácticas empresariales vinculadas a la gestión estratégica del talento humano, mejorando las relaciones internas y externas de las organizaciones, adaptándose al entorno, bajo un sistema de gestión estratégica socialmente responsable para el accionar de las compañías desde su misión, visión y valores con el objetivo de hacerlos prácticos.

Recomendaciones

Diseñar estrategias gerenciales, para fortalecer los principios de responsabilidad social: “medio ambiente”, “derechos humanos” y “anticorrupción”, a fin de establecer el núcleo de valores de las organizaciones y su relación con entidades aliadas, por lo tanto, las compañías deben comprometerse con la promoción, respeto y garantía de estos principios, como el cumplimiento de legislaciones, carácter global, satisfacción e información, con una institucionalidad fortalecida y amplios espacios que permitan la interlocución con los stakeholder.

Implementar actividades corporativas, que garanticen la promoción de los indicadores de gestión que inciden en la responsabilidad social: “Implementación y Operación”, “Planificación”, “Política”, “Revisión de la gerencia” y “Mejoramiento continuo”. Con el objeto de brindar información de las consecuencias de actividades empresariales en las perspectivas financieras, manufacturero, social-relacional, humano, intelectual y natural, denominado colectivo del capital humano, ofreciendo oportunidades de reflexión sobre el impacto de las organizaciones frente a los grupos de intereses.

Desarrollar dinámicas de grupo, para definir las dimensiones de la responsabilidad social que utilizan de las Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela. Las organizaciones van más allá de administrar y mantener recursos económicos, tecnológicos y humanos, por tanto, deben desarrollar nuevas estrategias, mejorando la calidad de la estructura social interna y externa.

Promover prácticas responsabilidad social vinculadas a la gestión estratégica del talento humano, mejorando las relaciones internas y externas de las organizaciones, adaptándose al entorno, bajo un sistema de gestión estratégica socialmente responsable. Comprometiendo al personal con su organización, mediante el desarrollo de identidad de marca empresarial para la cual trabajan.

Referencias

- Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social. *Revista pensamiento y gestión*, (32), 1-26.
- Arias, Fidas, G. (2012). *El proyecto de Investigación*. 6a ed. Caracas, República Bolivariana de Venezuela. Editorial Episteme.
- Arias, A. (2015). Tesis sobre una teoría crítica de los derechos humanos. *Revista de filosofía open insight*. DOI: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-24062015000100002
- Antelo, Y. y Robaina, D. (2015). Análisis de la responsabilidad social empresarial basado en un modelo de lógica difusa compensatoria. Recuperado <https://http://www.redalyc.org/pdf/3604/360435365006>
- Bavaresco de Prieto, A. M. (2008). *Proceso Metodológico en la Investigación*. (Cómo hacer un diseño de investigación). Maracaibo: La Universidad del Zulia.
- Balbin, A. (2015). El concepto de derecho al trabajo. *Revista Anales de la facultad de ciencias jurídicas y sociales*. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/50671/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1
- Barrio, E. (2016). La gestión de la responsabilidad social corporativa. El caso Unilever España. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/384844/ebf1de1.pdf?sequence=1&isAllo wed=y>
- Boscán, W. (2012). Perspectiva racional de la responsabilidad social corporativa en las organizaciones empresariales. Universidad Rafael Belloso Chacín. Maracaibo. Recuperado: https://www.researchgate.net/publication/277324918_Perspectiva_racional_de_la_res ponsabilidad_social_corporativa_en_las_organizaciones_empresariales
- Cabarcas, M. (2017). Diagnóstico y diseño de la gestión estratégica del talento humano en Mipymes de Barranquilla: un modelo de gestión por competencia laboral. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. Recuperado de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ndA9uZjiN7sJ:repositorio.sena.edu.co/bitstream/11404/4135/1/diagnostico_dise%25C3%25B1o_gestion_estrategi ca.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co
- Capriotti, P. y Schulze, F. (2010). *Responsabilidad social empresarial*. 1a Edición. Santiago. 1a Edición. Executive Business School
- Comisión de las comunidades europeas. (2011). *Libro verde*. Bruselas.

- Cruz, C., Olivares, S. y González, M. (2014). Metodología de la Investigación. México DF. Grupo Editorial Patria.
- Díaz, A. y Bolívar, M. (2014). Modelo de gestión estratégica de responsabilidad social organizacional. Revista desarrollo gerencial. (6), 169-195.
- García Avilés, A. (2014). Introducción a la Metodología de la Investigación Científica. 2da Edición. México. Editorial Plaza y Valdés Editores.
- García, Hugo. (2016). Responsabilidad social corporativa. Revista Gestipolis. Fortín, Veracruz. Recuperado <https://www.gestipolis.com/concepto-principios-la-responsabilidad-social-corporativa/>
- Godos, J. (2012). La percepción de la responsabilidad social de la empresa por parte de la alta dirección. Universidad de León. España. Recuperado: <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/3908/2012-GODOS%20D%C3%84EZ%2C%20JOS%C3%89%20LUIS.pdf?sequence=1>
- Contreras, Jairo; Rincón, Yanyn; Ramírez, Reynier; D'Janon, Magda y Álvarez, Nataly. (2017). Los Foros Académicos complementarios como herramienta de Gestión del Conocimiento e Innovación formativa en organizaciones del sector productivo. Capítulo 29. pp. 592-613. En Tobón, Sergio; Pérez, Judith; Serna, María; y Loaiza, Roger. (2017) Las Competencias y la Gestión del Conocimiento. Primera Edición. Editorial Corporación CIMTED. Medellín Colombia. pp.716.
- Guerrero, S. H. y Hinestroza, L. (2017). El concepto de derechos humanos frente a los derechos de las minorías étnicas. Revista Prolegómenos Derechos y Valores, 20, 40, 27-41. DOI: <http://dx.doi.org/10.18359/prole.3039>
- Guerrero Cuentas, H.R., Ramírez Molina, R.I., Herrera Tapias, B., Herrera Mendoza, K., & Avendaño Villa, I. (2018). El ejercicio investigativo: Una aplicación desde el quehacer docente de maestros y maestras del Departamento del Magdalena TOMO I. Primera Edición. 001-105. Editorial Universitaria de la Costa. Barranquilla - Colombia.
- Guzmán, M. (2016). Dimensión interna de la responsabilidad social empresarial desde la óptica de la gestión de recursos humanos. Revista Scielo. Recuperado: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-01622016000400014&script=sci_abstract&tlng=es
- Chávez Alizo, N. (2009). Introducción a la investigación educativa. 3a ed. Maracaibo Estado Zulia. Ars Gráfica Editores.
- Fernández, M. (2015). Responsabilidad social corporativa estratégica de los recursos humanos basada en alto compromiso y resultados organizativos: un modelo integrador. Universidad Complutense. Madrid. Recuperado: <https://eprints.ucm.es/40615/1/T38184.pdf>
- Franco, M.; Espinoza, C. y Pérez, M. (2017). La responsabilidad social empresarial y su vínculo con la gestión del talento humano en las organizaciones. Universidad y sociedad, Universidad y Sociedad [seriada en línea], 9 (1), pp. 114-119. Recuperado de: <http://rus.ucf.edu.c>

- Hurtado de Barrera, J. (2010). *Comprensión Holística de la Ciencia*. 3a ed. Caracas Fundación Sypal.
- Hurtado, I. y Toro, G. (2013). *Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambio* 4a ed. Valencia-Venezuela. Editorial Episteme.
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Editorial McGraw Hill. México.
- Hernandez, E. (2017). *Conceptos básicos y principios de la responsabilidad social corporativa*. Fortín, Veracruz. Recuperado [https:// www.gestiopolis.com/conceptos-basicos-principios-la-responsabilidad-social-corporativa-rsc/](https://www.gestiopolis.com/conceptos-basicos-principios-la-responsabilidad-social-corporativa-rsc/)
- Herrera Tapias, B., Guerrero Cuentas, H.R., & Ramírez Molina, R.I. (2018). *Investigación como estrategia pedagógica: Una mirada desde la educación, escuela y transformación de la comunidad global*. Primera Edición. 001-111. Editorial Universitaria de la Costa. Barranquilla - Colombia.
- Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de derecho*. (41), 51-82.
- Kolakowski, L. (2009). *El paradigma positivista y la concepción dialéctica del conocimiento*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Livadaru, A. (2016). Responsabilidad social corporativa: factores determinantes de su adopción en su componente medioambiental. *Revista Dialnet*. España. Recuperado: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=179023>
- Lotero, G. (2015). *La responsabilidad social desde una perspectiva crítica e interdisciplinaria*. Medellín. Editorial Funlam.
- Luna, M. (2015). *Valoración de indicadores de responsabilidad social empresarial aplicados al sector de la logística y el transporte*. Universidad de Valladolid.
- Niño Rojas, V. (2011). *Metodología de la Investigación diseño y ejecución*. Bogotá, Colombia. Ediciones de la U. Recuperado de <http://roa.ult.edu.co/bitstream/123456789/3243/1/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20DISENO%20Y%20EJECUCION.pdf>
- Padrón, J. (2010). *Paradigmas de Investigación en Ciencias Sociales. Un Enfoque Curricular*. Papel de trabajo, Postgrado, Caracas, Venezuela. Universidad Simón Rodríguez.
- Puentes, R., Antequera, J. y Velasco, M. (2008). *La responsabilidad social corporativa y su importancia en el espacio europeo de educación superior*. *Revista Dialnet*. Recuperado: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2740076>
- Ramírez Molina, Reynier Israel. (2018). Tendencias emergentes de la gestión de talento humano en las organizaciones. Pp. 101-107. En Quintero Garzón Martha Lucia y Sánchez Fernández María Dolores. (2018) *Responsabilidad Corporativa: una mirada integral en América Latina*. Primera Edición. Colección Ciencias Sociales. Programa Editorial Universidad del Valle. Cali - Colombia. pp.324. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/10841>

- Ramírez Molina Reynier Israel y Hugueth Alfredo. (2017). Modelo de comunicación productiva para las organizaciones de salud pública en Venezuela. *Revista Opción*. Año 33, N° 83. Pág.: 305-335. Universidad del Zulia. Maracaibo (Venezuela).
- Ramírez Molina Reynier Israel y Ampudia Sjogreen Daniel Esteban. (2018). Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial. *Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo (RECITIUTM)*. Vol. 4, N° 1. Pág.: 16-32. Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo (IUTM). Maracaibo (Venezuela).
- Ramírez Molina, Reynier Israel; Avendaño Villa, Inirida; Aleman Escobar, Luis Santiago; Lizarazo Barrera, Catherine Lisbet; Ramírez Molina, Ramineth Joselin y Cardona Jaramillo, Yudy Patricia. (2018). Principles of social responsibility for the strategic management of the talent human public health organizations. *Revista Espacios*. Vol. 39, N° 37. Pág.: 22-27. Maracaibo (Venezuela). <http://www.revistaespacios.com/a18v39n37/18393722.html>
- Ramírez Molina Reynier Israel; Chacón Zúñiga Héctor César; Valencia Alfaro Katerin Paola. (2018). Gestión del talento humano como estrategia organizacional en las Pequeñas y Medianas Empresas. *Revista CICAG*, 16(1): 20-42. Disponible en: <http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/2929>
- Ramírez Molina Reynier Israel; Nelson David Lay Raby; Inirida Avendaño Villa y Belina Annery Herrera Tapias. (2018). Liderazgo consiliente como competencia potenciadora del talento neuronal. *Revista Opción*. Año 34, N° 86. Pág.: 826-854. Universidad del Zulia. Maracaibo (Venezuela). <http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/24273/24836>
- Ramírez Molina, Reynier Israel; Royero Orozco, Giovanni Antonio; El Kadi Janbeih, Omar Nabih. (2019). Gestión tecnológica como factor clave de éxito en universidades privadas. *Revista Telos*, 21(1): 10 - 32. Disponible en: <http://ojs.urbe.edu/index.php/telos/article/view/2991>
- Ramírez Reynier, Rincón Yanyn y Prieto Ronald. (2017). Liderazgo responsable en organizaciones comerciales. Pp. 311-341. En Prieto Pulido Ronald y Cazallo Ana María Antúnez. (2017) *Desarrollo Organizacional y Gestión Humana en Contextos Globalizados*. Primera Edición. Ediciones Universidad Simón Bolívar. Barranquilla- Colombia.
- Ramírez Molina, R. I., Chacón Zúñiga, H.C., & El Kadi Janbeih, O. N. (2018). *Gestión estratégica del talento humano en las PYMES*. Primera Edición. 001-120. Editorial Corporación CIMTED. Medellín-Colombia.
- Ramírez Molina Reynier Israel, Villalobos Antúnez José Vicente y Herrera Tapias Belina Annery. (2018). Proceso de talento humano en la gestión estratégica. *Revista Opción*. Año 34, N° 18. Pág.: 2076-2101. Universidad del Zulia. Maracaibo (Venezuela). <http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/25130/26028>
- Rincón, Yanyn; Contreras, Jairo y Ramírez, Reynier. (2017). Tendencias Emergentes para el desarrollo del Talento Humano. Capítulo 17, pp. 320-338. En Tobón, Sergio; Pérez, Judith; Serna, María; y Loaiza, Roger. (2017) *Las Competencias y la Gestión del Conocimiento*. Primera Edición. Editorial Corporación CIMTED. Medellín Colombia. pp.716.

- Rincón, Yanyn y Ramírez, Reynier. (2018). Comunicación responsable en las organizaciones. Pp. 93-100. En Quintero Garzón Martha Lucia y Sánchez Fernández María Dolores. (2018) Responsabilidad Corporativa: una mirada integral en América Latina. Primera Edición. Colección Ciencias Sociales. Programa Editorial Universidad del Valle. Cali - Colombia. pp.324.
- Parra Margel, Durán Sonia, García Jesús y Reynier Ramírez. (2017). Gerencia social y motivación laboral en organizaciones de salud pública. Pp. 67-108. En Prieto Pulido Ronald y Cazallo Ana María Antúnez. (2017) Desarrollo Organizacional y Gestión Humana en Contextos Globalizados. Primera Edición. Ediciones Universidad Simón Bolívar. Barranquilla-Colombia.
- Sukier, H., Hernández-Fernández, L., Portillo-Medina, R., Valle-Ospino, A., García, M., y García-Guilianny, J. (2018). Marketing estratégico: una mirada desde el contexto de la empresa familiar. Revista Espacios, 39(44). Recuperado en: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n44/18394409.html>
- Tamayo y Tamayo. (2012). Técnicas de la Investigación. 3a ed. Madrid. Editorial Panapo S. A.
- Vargas, N. (2015). Los derechos humanos en los tiempos contemporáneos. Revista Educación y Ciencia. file:///C:/Users/Caterine/Downloads/5337-Texto%20del%20art%C3%ADculo-12557-1-10-20160904.pdf
- Villalobos Antúnez José Vicente y Ramírez Molina Reynier Israel. (2018). El derecho a la autobiografía: dimensión ius-filosófica desde la perspectiva de H. Arendt y P. Ricoeur. Revista Opción. Año 34, N° 18. Pág.: 1012-1587. Universidad del Zulia. Maracaibo (Venezuela). <http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/25114/26012>
- Vives, A. y Peinando, E. (2011). La responsabilidad social de la empresa en américa latina. 1a Edición. New York. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Vives, A. (2015). Mirada crítica a la responsabilidad social de la empresa en iberoamérica. 1a Edición. Barcelona. Cumpetere.
- Zorilla, M. (2017). Sobre una nueva versión y diferente perspectiva de la responsabilidad social corporativa. Tesis doctoral. Universidad Complutense, Madrid.

